平成１９年度
独立行政法人国民生活センター
業務実績報告書

平成１９年度 独立行政法人国民生活センター業務実績報告書

平成２０年６月
独立行政法人国民生活センター

― 目 次 ―

Ｉ．はじめに

情報技術の進歩や規制緩和が進展するなか、経済・社会は一段とグローバル化し、また一方で少子高齢化が急速に進行するなど、国民生活を取り巻く状況は大きく変化している。消費者契約上のトラブルや商品の安全性を巡る問題も多様化・複雑化しており、消費者が生活を営む上で信頼性の高い情報の重要性は益々高まっている。

平成１５年１０月に国民生活センターが独立行政法人化して以来、４年半が経過した。この４年半の全国の消費生活相談の状況をみると、平成１５年度には消費者金融問題や架空・不当請求問題の影響によりＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に登録された相談件数が１００万件を超え、平成１６年度には１９２万件に達した。平成１７年度には、高齢者等をターゲットにした悪質訪販リフォームや金融商品に関する消費者トラブル、平成１８年度には、ガス湯沸かし器による一酸化炭素中毒事故やシュレッダーによる指切断事故等が相次いで発生し、社会に大きな影響を与えた。また、平成１９年度には、表示原材料を使わずに製造された食品や消費期限切れ原料を使用した菓子等、食品の偽装が次々と明るみになったほか、冷凍食品への異物混入など、消費者の安全・安心面に関する問題も後を絶たない状況となっている。

こうした中、国民生活センターは、全国の消費生活センター等から収集された消費者相談情報を分析し消費者被害を未然に防止するため情報提供を行うとともに、消費生活相談、商品テスト、教育研修、消費者問題に関する調査研究等を精力的に実施した。こうした事業を通じて、多様化・複雑化する消費者問題に適切に対応し、消費者基本法で定められた消費者問題に関する中核的機能を積極的に果たしてきたところである。

本報告書の対象期間である平成１９年度は、中期計画（平成１５年度～平成１９年度）の５年目にあたる。平成１９年度、国民生活センターは製品事故等への対応を図るため「危害情報室」を設置し、収集した危害情報の迅速な情報提供を実施した。また、ＰＩＯ－ＮＥＴ端末を関係省庁等に設置し、関係機関との情報共有に向けた体制整備を図っているところである。

これらの状況を踏まえ、本報告書では、当センターの平成１９年度における業務実績とその成果を取りまとめた。

Ⅱ．独立行政法人国民生活センターの概要

１．目的

独立行政法人国民生活センターは、国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から、国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うことを目的とする（独立行政法人国民生活センター法　第３条)。

２．業務の範囲

（１）国民に対して国民生活の改善に関する情報を提供する。
（２）国民生活に関する国民からの苦情、問合せ等に対して必要な情報を提供する。
（３）前二号に掲げる業務に類する業務を行う行政庁、団体等の依頼に応じて国民生活に関する情報を提供する。
（４）国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行う。
（５）国民生活に関する情報を収集する。
（６）前各号の業務に附帯する業務を行う。
（独立行政法人国民生活センター法　第１０条）

３．沿革

昭和３７年　６月１日　特殊法人国民生活研究所として設立
昭和４５年１０月１日　特殊法人国民生活センターに改組
平成１５年１０月１日　独立行政法人国民生活センター設立
※国民生活センターのあゆみについては別添資料１を参照

４．根拠法

独立行政法人国民生活センター法（平成１４年１２月４日　法律第１２３号）

５．主務大臣

内閣総理大臣

６．所在地

相模原　〒２２９－００２９　神奈川県相模原市弥栄３－１－１
電話（０４２）７５８－３１６１（総合案内）
東　京　〒１０８－８６０２　東京都港区高輪３－１３－２２
電話（０３）３４４３－６２１１（総合案内）

７．資本金の状況

（単位：円）

区分	期首残高	当期増加額	当期減少額	期末残高
政府出資金	9,166,546,650	0	0	9,166,546,650
資本金合計	9,166,546,650	0	0	9,166,546,650

８．役員の状況

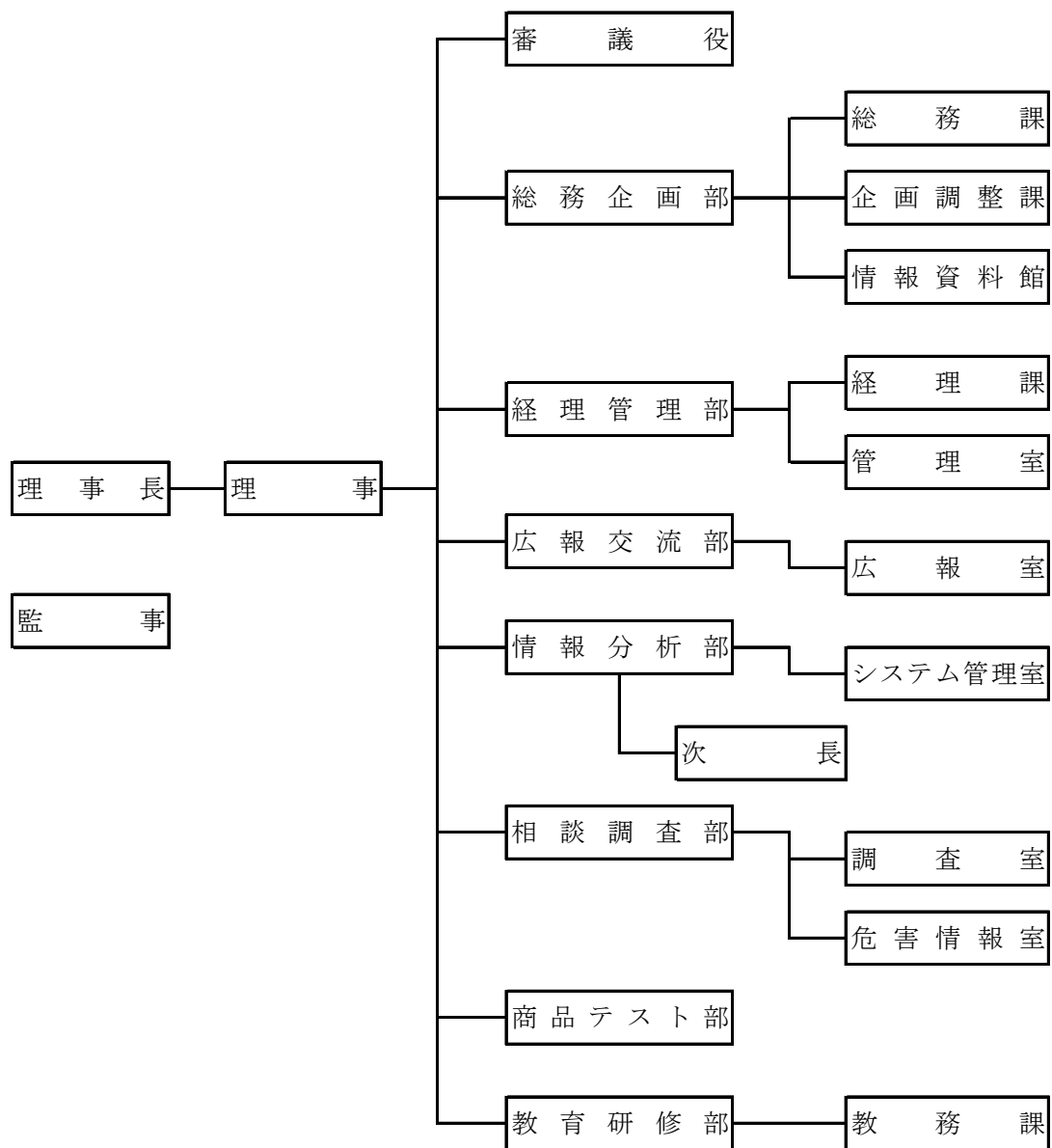
（平成２０年３月３１日現在）

役職	氏名	任期	担当	経歴
理事長	中名生　隆	自　平成 19 年 10 月 1 日 至　平成 23 年 9 月 30 日		昭和 42 年 経済企画庁入庁 平成 11 年 経済企画事務次官 平成 15 年 (財)連合総合生活開発経済研究所所長
理事	田口　義明	自　平成 19 年 10 月 1 日 至　平成 21 年 9 月 30 日	総務企画部 経理管理部 情報分析部	昭和 49 年 経済企画庁入庁 平成 4 年 経済企画庁国民生活局消費者行政第二課長 平成 16 年 内閣府国民生活局長
	柴崎　信三	自　平成 19 年 10 月 1 日 至　平成 21 年 9 月 30 日	広報交流部 教育研修部	
	島野　康	自　平成 19 年 10 月 1 日 至　平成 21 年 9 月 30 日	相談調査部 商品テスト部	昭和 51 年 国民生活センター入所 平成 12 年 国民生活センター相談部長 平成 18 年 独立行政法人国民生活センター審議役
監事 (非常勤)	貴島　兼隆	自　平成 19 年 10 月 1 日 至　平成 21 年 9 月 30 日		昭和 41 年 日本輸出入銀行入行 平成 8 年 日本輸出入銀行外事審議役 平成 9 年 ヌサ・テンガラ・マイニング（株）代表取締役副社長
	島崎　芳征	自　平成 19 年 10 月 1 日 至　平成 21 年 9 月 30 日		昭和 55 年 国民生活センター入所 平成 9 年 国民生活センター商品テスト部長 平成 15 年 国民生活センター審議役

９．職員の状況

常勤職員数は平成１９年度末において１１４人（前期末比２人減少、１．７％減）であり、平均年齢は４２．３歳（前期末４２．４歳）となっている。このうち、国等からの出向者は１人、民間からの出向者は０人である。

１０．法人の組織

下図のとおり。（平成２０年３月３１日現在）

Ⅲ．中期目標・中期計画・年度計画に関する報告

１．独立行政法人国民生活センター中期目標・中期計画の一部変更について

現行の中期目標については、平成１７年１２月２４日に閣議決定された「行政改革の重要方針（別添資料２参照）」に、「主務大臣は、国家公務員の定員の純減目標（今後５年間で５％以上の純減）及び給与構造改革を踏まえ、独立行政法人及び国立大学法人法に基づく法人について、各法人ごとに、国家公務員に準じた人件費削減の取組を行うことを中期目標において示すこととする」という内容が盛り込まれたことから、当方針に則り、変更された。

この変更に伴い、平成１５年１０月１日付で認可され、その後、平成１７年３月２９日付で消費生活情報の収集部分の一部変更が認可された独立行政法人国民生活センター中期計画（以下「中期計画」）についても必要な変更を加えた。中期計画は、独立行政法人通則法第３０条第３項に基づき、平成１８年３月１７日開催の第７回内閣府独立行政法人評価委員会国民生活センター分科会及び、同日開催の第１９回内閣府独立行政法人評価委員会に諮って了承を得た上で、内閣総理大臣への認可申請を行い、同年３月３１日付で認可された（中期目標、中期計画については 別添資料３、４を参照）。

２．平成１９年度独立行政法人国民生活センター年度計画の届け出について

センターは独立行政法人通則法第１０３号の第３１条の規定に基づき、平成１９年度の業務運営に関する計画である「平成１９年度独立行政法人国民生活センター年度計画（以下「平成１９年度計画」）」を作成し、平成１９年３月１６日に内閣総理大臣に届け出た（別添資料５参照）。

平成１９年度計画は、平成１８年度計画に基づいて実施した、平成１８年４月１日から平成１９年３月３１日の間の業務実績を踏まえ、以下の事項を新たに盛り込んだ：

（1）ＰＩＯ－ＮＥＴの運営に係る事項

① 平成１８年度に実施した「全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ－ＮＥＴ）に係る刷新可能性調査」の結果を踏まえ、「ＰＩＯ－ＮＥＴシステムの最適化計画」を策定する。
② ＰＩＯ－ＮＥＴの安定的運用に資するため、キーワード改定作業に着手する。
③ 地方センター等からの要望を踏まえ、ＰＩＯ－ＮＥＴ端末機の増設を検討の上、実施する。
④ 各省庁へのＰＩＯ－ＮＥＴ端末新設のために必要なシステム整備等を行う。
⑤ 作成した相談データを受付時に送信することを励行させるとともに、その送信頻度を向上させるよう、地方センターに要請する。

（2）苦情相談に係る事項

① 年度内においては、全相談（個人情報保護に関するものを除く）件数に占める経由相談（個人情報保護に関するものを除く）の比率が５０％以上とする。

（3）関係機関への情報提供に係る事項

① 消費者契約法に基づく適格消費者団体からの照会への対応を開始する。

（４）施設・設備に関する計画に係る事項

① 平成１９年度に取得・整備する施設・設備

（単位：百万円）

施設・整備の内容	予定額	財源
東京事務所耐震改修工事 東京事務所電気設備改修工事	３２１ １７０	施設整備費補助金

Ⅳ．法人の長等による業務運営状況について

１．理事長のリーダーシップについて

中名生理事長は、国民生活センターの事業である情報収集、情報提供、相談処理、調査研究、商品テスト、教育研修等を統括し、全国の消費生活センター等と連携して消費者問題に関する中核的機能を果たすべく積極的に取り組んだ。各事業の運営にあたっては定例役員会（毎週火曜日開催）を主宰し、重要事項について方針を取りまとめるとともに個々の情報提供の内容等を決定し、中期計画に基づき業務を精力的に推進した。

特に平成１９年度においては、多発する製品事故へ迅速に対応するため「危害情報室」を設置し、国民生活センターが収集した死亡や重篤事故に関する情報の迅速な提供に取り組んだほか、関係各省庁等へのＰＩＯ－ＮＥＴ端末設置の円滑な実施を図った。また、業務の積極的・効果的な推進のために業績手当制度を運用し、職員の意識改革と人材の適正活用に努め、センターとしての総合力の発揮に尽力した。

２．理事による業務運営状況について

各理事は、担当の業務を確実に実施するため理事長を的確に補佐し、各部署の長等と綿密なコミュニケーションを取り、必要な指示監督を行い、所掌する事業を確実かつ円滑に遂行するよう努めた。

田口理事は、総務企画部（総合調整、企画、評価等、（平成１９年１０月より人事・労務・福利厚生を含む）、経理管理部、情報分析部（平成１９年１０月以降）、相談調査部（平成１９年１０月まで）を所掌し、担当業務を積極的に推進した。特に、「平成１９年度計画」を着実に遂行し、関係機関との総合調整を的確かつ円滑に行った。

柴崎理事（平成１９年６月１日就任）は、広報交流部、教育研修部を所掌し、担当業務を積極的に推進した。特に、毎月の記者説明会の円滑な遂行に尽力すると共に、定期刊行物による情報提供等に努め、消費者問題の啓発等に尽力した。また、専門相談員等の教育研修講座や消費生活相談員資格制度の運営を通じ、各地における消費者苦情処理体制の維持・向上に尽力した。

島野理事（平成１９年１０月１日就任）は、相談調査部、商品テスト部を所掌し、担当業務を積極的に推進した。特に、国民生活センターに寄せられた苦情相談の分析や情報提供、調査研究等を指導し、消費者被害の拡大防止・未然防止に尽力した。また、危害情報や商品テスト結果の迅速な提供を着実に推進し、製品関連の事故防止等に貢献した。

なお、平成１９年度に退任した藤村理事（平成１９年９月末退任）は総務企画部（人事・労務・福利厚生）、相談調査部、商品テスト部を掌握し、職員の業績手当制度の運用や消費者トラブルに関する情報提供、製品関連事故の防止に貢献した。田中理事（平成１９年５月末退任）は広報交流部、情報分析部を掌握し、毎月の記者説明会の円滑な遂行に尽力すると共に、ＰＩＯ－ＮＥＴで収集した情報の提供等を積極的に推進した。

３．監事による業務運営状況の把握等について

貴島監事及び島崎監事は、会計監査・業務監査を的確に遂行し、業務の適正な遂行に貢献した。また、定例役員会に出席し、理事長・理事等と積極的に意見交換を行い、業務の適正な執行を促進した。

Ｖ．平成１９年度における業務実績について

以下に、平成１９年度計画にて示した各種業務の実績を示す。

１．業務運営の効率化

業務運営の効率化については①退職手当を除く一般管理費の削減、②業務経費の有効かつ効率的な執行、③業務の効率化を図るための最適化計画の検討・策定、の３つを主軸に取り組んでいる。

①一般管理費（退職手当を除く。）については、「省エネルギー」の徹底や既存備品の有効活用による支出の抑制及び常勤職員の採用の抑制などにより削減を図った。その結果、効率化率を織り込んだ平成１９年度予算額（対１８年度予算額の△３．１％）よりさらに△２．５％減となった。

また、中期目標で定められた中期目標の最終年度（平成１９年度）における一般管理費（退職手当を除く。）の総額は、削減目標の△１３％削減を上回る△１５．５％減となった。

②業務経費（特殊要因分を除く。）の有効かつ効率的な執行についても、システム機器等の更新による保守経費の削減等を行った結果、中期計画で定められた効率化率△１．０％等を織り込んだ平成１９年度業務経費予算額から更に△８．３％の削減となった。

③業務の効率化を図るための最適化計画については、平成１９年６月および１０月に開催した「最適化計画推進委員会」において実施状況を確認し、フォローアップを行った。

また、前年度に引き続き、センター業務の重要事項について意見を求め、効果的な業務遂行に資するために設置した「特別顧問会議※」を上・下半期末に１回ずつ開催し、各顧問からの意見を踏まえつつ、業務運営を行った。

※特別顧問会議は、学識経験を有する７人以内で構成し、センター業務の重要事項について審議を行い、センターの理事長に助言することを目的としている。委員構成は以下の通り：

有馬　真喜子	元国民生活センター会長。ジャーナリスト
神田　敏子	全国消費者団体連絡会事務局長
鶴田　俊正	㈳消費者関連専門家会議会長
日野　正晴	弁護士
兵頭　美代子	主婦連合会会長
堀部　政男	一橋大学名誉教授
渡邉　光一郎	㈳日本経済団体連合会経済法規委員会消費者法部会長

各会議の概要は以下の通り：

第８回特別顧問会議（平成１９年１０月１１日　開催）
　議題：国民生活センターのあり方について

第９回特別顧問会議（平成２０年３月７日　開催）
　議題：次期中期計画について
　各会議の議事要旨については、別添資料６を参照。

（１）一般管理費の執行

－年度計画内容－ 　一般管理費については、経費の効率的な執行に努める。また、「行政改革の重要方針（平成１７年１２月２４日閣議決定）」を踏まえた人件費削減（退職金、福利厚生費及び今後の人事院勧告を踏まえた給与改善分は除く。）を行うとともに、国家公務員の給与構造改革を踏まえた役職員の給与の見直しに取り組む。

◎業務の概要

　中期目標で定められた中期目標の最終年度（平成１９年度）における一般管理費（退職手当を除く。）の総額を、特殊法人時の最終年度（平成１４年度）に対して１３％削減するために経費の効率的な執行に努める。

◎年度計画実施状況

　平成１９年度の一般管理費予算額（人件費を除く。）は、平成１８年度予算額２４４，０２６千円（人件費を除く。）に対して、中期計画で定めた効率化率３．６９％を織り込んで△９，００５千円の２３５，０２１千円となっている。

　平成１９年度決算額は２３４，４６３千円となり、平成１９年度予算額からさらに△５５８千円（△０．２％）の削減となった。

　具体的には、平成１９年度においては、以下のような削減を図った：

１）電気料金について、料金の５％の値上（影響相当額１，２６２千円）があったが、冷暖房設定温度の徹底及び業務上支障のない範囲での消灯など「省エネルギー」の徹底を図ることにより、５２４千円の削減を図った。

２）備品費について、既存備品の有効活用等により、新規購入の抑制を図ることにより、３，３０９千円の削減を図った。

　平成１９年度の人件費予算額（退職手当を除く。）は、平成１８年度予算額１，２０２，４２１千円に対して、中期計画で定めた効率化率２．４４％を織り込んで、△３６，１７０千円（△３．０％）の１，１６６，２５１千円となっている。

　平成１９年度決算額は１，１３１，４０８千円となり、平成１９年度予算額からさらに△３４，８４３千円（△３．０％）の減額となった。

　また、人件費削減を行うため、常勤職員の採用を抑制し、雇用期間の定めのある職員（任期付職員）を採用したほか、管理職員数の削減等を実施した。さらに国家公務員に対して出された人事院勧告（給与の増額改定）を見送った。これに加え、特別手当の支給月数を減じた。

（参考）一般管理費予算の概況

一般管理費予算の内訳

（単位：千円）

区　　分	平成１８年度 ①	平成１９年度 ②	増減額 ③＝②－①	増減比 (%) ③／①
一般管理費 （退職手当を除く。）	１，４４６，４４７	１，４０１，２７２	△４５，１７５	△３．１
物件費	２４４，０２６	２３５，０２１	△９，００５	△３．７
人件費	１，２０２，４２１	１，１６６，２５１	△３６，１７０	△３．０

平成１９年度予算額と決算額

（単位：千円）

区　　分	予　算　額 ①	決　算　額 ②	増減額 ③＝②－①	増減比 (%) ③／①
一般管理費 （特殊要因及び退職手当を除く。）	１，４０１，２７２	１，３６５，８７１	△３５，４０１	△２．５
物件費	２３５，０２１	２３４，４６３	△５５８	△０．２
人件費	１，１６６，２５１	１，１３１，４０８	△３４，８４３	△３．０

（注）物件費の決算額には、平成１８年度からの契約済繰越額１０８，６２０千円を除く。

◎中期目標及び中期計画の達成状況

中期目標で定められた中期目標の最終年度（平成１９年度）における一般管理費（退職手当を除く。）の総額（１，３６５，８７１千円）は、特殊法人時の最終年度（平成１４年度、１，６１６，５０３千円）に対して、△１５．５％となり、中期目標の△１３％削減を上回る効率化を達成した。

また、中期計画で定めた、「行政改革の重要方針（平成１７年１２月２４日閣議決定)」を踏まえた人件費削減（退職金、福利厚生費及び今後の人事院勧告を踏まえた給与改善分は除く。）についても、平成１７年度の基準（１，０５３，２９２千円）に対して△５１，１３８千円（△４．９％）の１，００２，１５４千円となり、中期計画の△４．８％削減を上回る効率化を達成した。

一般管理費（退職手当を除く。）の中期目標等達成状況

（単位：千円）

区　　分	基準額 ①	決　算　額 ②	増減額 ③＝②－①	増減比 (%) ③／①
一般管理費（退職手当を除く。）	１，６１６，５０３	１，３６５，８７１	△２５０，６３２	△１５．５
人件費（退職金、福利厚生費及び人事院勧告を踏まえた給与改善分は除く。）	１，０５３，２９２	１，００２，１５４	△５１，１３８	△４．９

注）一般管理費（退職手当を除く。）の基準額は、平成１４年度予算額、また、人件費の基準額は、平成１７年度の決算額である。

（２）業務経費の執行

－年度計画内容－ 　業務経費については、国民に対して提供するサービスその他の質の向上の目的を達成するため、有効かつ効率的な執行に努める。

◎業務の概要

　中期目標で定められた毎年度１％の経費の効率化を図るとともに、業務の質の向上の目的を達成するため有効かつ効率的な執行に努める。

◎年度計画実施状況

　平成１９年度の業務経費予算額は、平成１８年度予算額１，６０７，７８１千円（特殊要因を除く。）に中期計画で定められた効率化率△１．０％等を織り込んで△６６，０７８千円（△４．１％）の１，５４１，７０３千円となっている。

　平成１９年度決算額は１，４１３，０１５千円となり、平成１９年度予算額に対し△１２８，６８８千円（△８．３％）となった。

　なお、経費の執行管理については、年度計画に対する業務の進捗状況と経費の執行状況について四半期ごとにヒアリングを行い、年度計画を着実に実行するために、優先順位の見直し等、適宜調整を行った。具体的には、以下のような削減を図った。

１）図書館情報システム機器の保守について、競争入札の実施により、削減（平年度化ベース△２，２３６千円）を図った。

２）危害情報収集のために病院に設置している端末機の更新に際して、競争入札の実施により、借料の削減（平年度化ベース△５，６５５千円）を図った。

（参考）業務経費予算の概況

業務経費予算の内訳

（単位：千円）

区　　分	平成１８年度 ①	平成１９年度 ②	増減額 ③＝②－①	増減比（%） ③／①
支出予算額	１，７０２，２８１	１，５４１，７０３	△160，578	△9．4%
既定分	１，６０７，７８１	１，５４１，７０３	△６６，０７８	△４．１%
特殊要因分	９４，５００	－	△９４，５００	皆減

平成１９年度予算額と決算額

（単位：千円）

区　　分	予　算　額 ①	決　算　額 ②	増減額 ③＝②－①	増減比（%） ③／①
支出予算額	１，５４１，７０３	１，４１３，０１５	△１２８，６８８	△８．３%

（注）決算額には、平成１８年度からの契約済繰越額２７，７７０千円を除く。

（３）最適化計画の策定

－年度計画内容－ 平成１７年度央に策定した最適化計画を推進する。

◎業務の概要

平成１９年度においては、最適化計画の進捗状況について、定期的な実施状況の点検とその推進に努めるために、最適化計画推進委員会を開催し、フォローアップを行った。

（最適化計画推進委員会）

目　的：各部署における最適化計画の実施状況にいて把握・点検し、その推進に努める。

構成員：総務企画担当理事、総務企画部長、経理管理部長、広報交流部長、情報分析部長、相談調査部長、商品テスト部長、教育研修部長、総務課長、企画調整課長、システム管理室長、広報室長（オブザーバー）

◎年度計画実施状況

平成１９年度における最適化計画推進委員会の実施状況は以下のとおりである。

第３回最適化計画推進委員会（平成１９年６月１４日）

（議題）

- 平成１８年度下期の最適化計画の実施状況の検証及び平成１９年度上期の予定について
- ＰＩＯ－ＮＥＴ最適化計画の策定状況について
- 「最適化計画」の今後の取り扱いについて

第４回最適化計画推進委員会（平成１９年１０月１８日）

（議題）

- 平成１９年度上期の最適化計画の実施状況の検証及び平成１９年度下期の予定について
- ＰＩＯ－ＮＥＴ最適化計画の策定状況について

２．国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上

（１）消費生活情報の収集

１）ＰＩＯ－ＮＥＴの運営

ＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム：システムの概要については別添資料７を参照）については、苦情相談情報を迅速に収集し、消費者への情報提供を迅速化するとともに、運営を効率化するとの観点から、中期計画では以下の事項を掲げている：

ⅰ．現行のホストコンピュータシステムの見直し着手
ⅱ．端末装置等の一元的な整備・管理※
ⅲ．相談受付からＰＩＯ－ＮＥＴ登録までの１件あたり平均所要日数を１５％以上短縮
ⅳ．ＰＩＯ－ＮＥＴに登録された苦情相談の傾向及び特徴について随時知ることができる「消費生活相談データベース」を１週間以内ごとにデータ更新

※　平成１７年４月の「生活情報体制整備等交付金」の国民生活センターへの

移管に伴い、内閣府が行ってきたＰＩＯ－ＮＥＴ端末装置等の整備・管理を国民生活センターが行うこととなったため追加された。

平成１９年度においては、中期計画達成のため、以下の事項を年度計画に盛り込み、実施することとした：

ⅰ. 平成１８年度に実施した「全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ－ＮＥＴ）に係る刷新可能性調査」の結果を踏まえ、「ＰＩＯ－ＮＥＴシステムの最適化計画」を策定する。
ⅱ. ＰＩＯ－ＮＥＴの安定的運用に資するため、キーワード改定作業に着手する。
ⅲ. 地方センター等からの要望を踏まえ、ＰＩＯ－ＮＥＴ端末機の増設を検討の上、実施する。
ⅳ. 各省庁へのＰＩＯ－ＮＥＴ端末新設のために必要なシステム整備等を行う。
ⅴ. 作成した相談データを受付時に送信することを励行させるとともに、その送信頻度を向上させるよう、地方センターに要請する。
ⅵ. 消費生活相談カード直接作成システムの安定的運用に資するため、操作方法等の習熟のための方策（問合せ対応のための窓口の運営、電子掲示板の運営、ＰＩＯ－ＮＥＴ運営連絡会議など）を引き続き実施する。
ⅶ. 「消費生活相談データベース」について、１週間に１回以上のデータ更新を実施する。

以下に、上記ⅰ～ⅶに関する実績を示す：

［ⅰ.］に関連する事項

－年度計画内容－ 平成１８年度に実施した「全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ－ＮＥＴ）に係る刷新可能性調査」の結果を踏まえ、「ＰＩＯ－ＮＥＴシステムの最適化計画」を策定する。

◎業務の概要
平成１９年度においては、刷新可能性調査の結果を踏まえ「ＰＩＯ－ＮＥＴ業務・システムに係る最適化計画」を策定する。

◎年度計画実施状況
「ＰＩＯ－ＮＥＴ業務・システムの最適化計画」の策定業務については、専門的知見等が必要なことから、専門業者の支援を求めることとし、支援業務委託について入札を実施し、ベリングポイント(株)が落札した。第１四半期は、主に現行体系の分析等を実施し、７月２７日に中間報告会を実施し、業務・システム課題分析、最適化成果物に基づく将来体系に関する検討を行った。
その後、見直し方針案の検討を行い、費用概算、効果指標のまとめを行い、最適化計画を９月末までに作成し、９月２７日に最終報告会を開催した。その後、１９独国生情第８７８号 により１０月中にＰＩＯ－ＮＥＴ最適化計画実施の決裁が完了し、最適化計画が確定した（別添資料８参照）。

［ⅱ.］に関連する事項

－年度計画内容－ ＰＩＯ－ＮＥＴの安定的運用に資するため、キーワード改定作業に着手する。

◎業務の概要

ＰＩＯ－ＮＥＴデータの集計･分析のために設定しているキーワード等について、時代を反映した内容に改定することを目的とし、平成２１年度からの運用を開始するべく、各地消費生活センターへのアンケート調査を実施し、改定案の検討を行う。

◎年度計画実施状況

平成２１年度からの新キーワード体系での運用開始に向けて、平成１９年５月に各地消費生活センターへのアンケートを実施し、6月にアンケート結果をとりまとめた。アンケート結果も踏まえ改定案を検討し、１１月のＰＩＯ－ＮＥＴ運営連絡会議において、中間報告を行った。

［ⅲ.］に関連する事項

－年度計画内容－ 地方センター等からの要望を踏まえ、ＰＩＯ－ＮＥＴ端末機の増設を検討の上、実施する。

◎業務の概要

地方センター等からの要望を踏まえ、要望調査を実施し、今年度中にＰＩＯ－ＮＥＴ端末機の増設を実施する。

◎年度計画実施状況

地方センターに対し、７月に追加配備の要望調査を実施し、それに伴い配備基準を改定した（内閣府）。それに基づいて配備先を確定し、９月２１日に配備先確定通知を送付した。

ＰＩＯ－ＮＥＴ端末追加配備のための入札を実施し、（株)日立製作所が落札した（１０月３１日開札)。その後、新規回線接続のための事前調査を実施。配備スケジュールを検討し、３月末までに９０箇所の追加配備を完了し、ＰＩＯ－ＮＥＴ端末設置箇所数は４８５箇所となった。

［ⅳ.］に関連する事項

－年度計画内容－ 各省庁へのＰＩＯ－ＮＥＴ端末新設のために必要なシステム整備等を行う。

◎業務の概要

中央省庁へのＰＩＯ－ＮＥＴ端末配備のために必要なシステム整備を実施し、今年度中にＰＩＯ－ＮＥＴ端末を配備する。

◎年度計画実施状況

中央省庁からのＰＩＯ－ＮＥＴ端末接続に霞が関ＷＡＮを利用することとし、内閣府、総務省との事前調整を行った。

６月２７日付で総務省へ霞が関ＷＡＮの利用を申請した（７月４日付で利用承認を得た)。

また、中央省庁へのＰＩＯ－ＮＥＴ端末配備のために必要な以下のシステム整備を開始した。

○ホストシステム改造
○画面検索システムの改造
○消費生活相談情報の情報（文字列）に対する高速検索機能の追加
（入札により富士通(株)が落札）

霞が関ＷＡＮ接続のために必要な以下の環境整備を実施し、各省庁システム担当者との打合せ後に、１２月２０日公正取引委員会、経済産業省と接続を開始した。

○ファイアウォール等設置、設定
○光回線の引込み、接続確認

そして、３月末までに１０省庁、１独立行政法人への接続が完了した。

［ｖ.］に関連する事項

－年度計画内容－ 作成した相談データを受付時に送信することを励行させるとともに、その送信頻度を向上させるよう、地方センターに要請する。

◎業務の概要

相談受付から登録までの所要日数を短縮するため、データ送信の迅速化を地方センターへ要請する。

◎年度計画実施状況

「平成１９年度ＰＩＯ－ＮＥＴ関連情報収集」を送付し、データ送信の迅速化についての依頼を実施。さらに、全国消費生活センター所長会議、ブロック別消費生活センター所長会議および「ＰＩＯ－ＮＥＴ運営連絡会議」においても、データ送信の迅速化について要請した。また、各都道府県におけるデータ登録状況の把握に努め、データ送信の遅れている自治体には事情をヒアリングし、そのうえで個別にデータ送信の迅速化を図るよう要請した。

・ＰＩＯ－ＮＥＴ登録までの平均所要日数

年度	登録までの平均所要日数
平成１４年度	６６．７
平成１５年度	８１．０
平成１６年度	７６．７
平成１７年度	６０．７
平成１８年度	５１．９
平成１９年度	４７．９

（備考）１．平成 19 年度目標（56.7 日）＝基準年度平成（14 年度 66.7 日）×0.85
２．平成 19 年度の日数は平成 20 年 5 月末までの入力分

［ⅵ.］に関連する事項

－年度計画内容－ 　消費生活相談カード直接作成システムの安定的運用に資するため、操作方法等の習熟のための方策（問合せ対応のための窓口の運営、電子掲示板の運営、ＰＩＯ－ＮＥＴ運営連絡会議など）を引き続き実施する。

◎業務の概要

　消費生活相談カード直接作成システム（以下「直接作成システム」という）は、ＰＩＯ－ＮＥＴへの消費生活相談情報の登録日数短縮を図ることを目的とし、平成１７年度中に各地の消費生活センターへ新たに設置したものである。直接作成システムの安定的な運用は、登録日数短縮に大きく寄与するため、平成１９年度においても引き続き各種支援を行うこととした。

◎年度計画実施状況

　直接作成システムの安定的運用のための支援として、平成１８年度に引き続き、以下のことを実施した。

・ヘルプデスクの運営

　「直接作成システム」に関する問合せや障害回復以来に迅速に対応するために設けられた相談窓口である（平日９：００～１７：００）。

　運営そのものは直接作成システムの導入に携わった業者に外注化したことで、人的・予算的に合理化を図っている。

　ヘルプデスクに寄せられた問合せ等の内容については、月次で報告を受け、障害や不具合の再発防止に活用している。

・ＰＩＯ－ＮＥＴ消費生活相談フォーラムの運営

　ＰＩＯ－ＮＥＴ消費生活相談フォーラムは、国民生活センターと消費生活センターとの連携のための業務運営情報等の共有化を目的とした電子掲示板システムである（セキュリティの確保されたＰＩＯ－ＮＥＴ回線網（専用網）を利用。画面イメージは別添資料９を参照。

　平成１９年度においても、同フォーラムを活用し、相談業務支援のための情報、事務連絡文等について、迅速な情報の配信の及び共有を図った。

・相談カード作成セミナー、消費生活相談移動セミナーを開催

　相談カード作成セミナーは、消費生活相談カードの記載方法と消費生活相談カード直接作成システムの基本操作技術の習得を目的とした３日間の研修であるが、平成１９年度は６月と７月にそれぞれ１回ずつ、計２回開催した。また、消費生活相談移動セミナーにおいても、消費生活相談カードの記載方法についての研修を７月に２日にわたり実施した。更に、消費生活相談員養成講座においても同様の内容で、講義を実施し、相談員として従事する際の実践力を高めている。

・ＰＩＯ－ＮＥＴ運営連絡会議の開催

　各地のＰＩＯ－ＮＥＴ端末機設置センターにおける運用担当者が一堂に会し、ＰＩＯ－ＮＥＴシステムの運用に関する情報共有並びに国民生活センターからの依頼・連絡等を行う場として、毎年開催している会議である。平成１９年度は１１月１４日に開催し、さらにＰＩＯ－ＮＥＴ最適化計画の実施に当たっては、消費生活センターの協力（合意形成）が不可欠なことから、３月２５日に臨時連絡会議を開催し、最適化計画の進捗状況と最重要課題について説明を行った。

［ⅶ.］に関連する事項

－年度計画内容－ 「消費生活相談データベース」について、１週間に１回以上のデータ更新を実施する。

◎業務の概要

「消費生活相談データベース」は、ＰＩＯ－ＮＥＴに登録されたデータの中で、統計的に処理が可能な部分を抽出、再編成したデータを元に作成されており、消費者自身が全国の消費生活センターに寄せられる相談情報をインターネットで入手できるシステムである。本システムは、平成１４年８月２６日からサービスを開始しており、「どんな商品のトラブルがどのくらいあるのか」「ある商品の事故はどのくらい起きているのか」などの情報を消費者に、原則２４時間提供することにより、被害の未然防止に資することを目的としている。本システムでは、以下の３つの情報を提供している。

①「検索・集計」‥‥‥「商品・サービス」「相談内容」などの中から項目を選択し、任意の検索・集計が可能。
②「グラフコーナー」…訪問販売、アポイントメントセールスなど販売方法別の年度別件数グラフが表示される。
③「最近の話題から」…「架空請求」など、話題となっているテーマについての傾向や事例が表示される。

◎年度計画実施状況

「消費生活相談データベース」は、上半期は毎週２回（水曜・金曜）、下半期は平日の更新を原則に実施した。平成１９年度における更新状況は以下のとおり。

月	回数	月	回数
４月	８回	１０月	２２回
５月	９回	１１月	２１回
６月	７回	１２月	１６回
７月	９回	１月	１８回
８月	９回	２月	２０回
９月	９回	３月	２０回
平成１９年度　合計１６８回			

なお、アクセス数は毎年１５万件を超える水準である。消費生活相談データベースの活用については、平成１８年度に引き続き、マスコミ関係者から取材・問い合わせがある機会を捉えて、迅速な取材対応に資する観点から、取材申し出者に対して検索機能の使用方法の詳細説明を行い、利用の拡大を図った。こうした取組みが功を奏し、最近ではまず消費生活相談データベースを参照し、さらに詳細情報について知りたいということで取材を申し入れてくる例も増えてきている。

２）消費者トラブルメール箱

消費者トラブルメール箱については、平成１９年度の年度計画として掲げた「年間３，５００件以上の情報収集と年４回の収集結果及びトラブルの概要公表」を達成した。また、収集した情報については、必要に応じて追跡調査を行い、事業者対応改善の随時要求や、業界団体、関係官庁等への情報提供に繋げた。

ｉ.「消費者トラブルメール箱」による情報収集

－年度計画内容－ 「消費者トラブルメール箱」について、３，５００件を上回る情報を収集する。

◎業務の概要

「消費者トラブルメール箱」は、消費者被害の実態をリアルタイムで把握し、消費者被害の防止に役立てることを目的とし、平成１４年４月８日より当センターのホームページ上に開設した。本システムを通じ、消費者からの情報をメール形式で収集し、寄せられた情報を統計資料として整理、集計してホームページ上で知らせるとともに、必要に応じて確認・調査等を行い、消費者向けの情報提供の強化に活用している。

◎年度計画実施状況

毎月収集した個々の情報について商品分類および商品キーワードを付与し集計し、その集計結果等を内部資料として活用するとともに、四半期ごとに当センターのホームページに掲載した。平成１９年度の収集件数は 10,467 件（１日２９件）で、前年度に比べ 2,385 件増加した。平成１４年度以降の商品・サービス分類別年度別受信件数は下表の通り（１～１０位は平成１９年度に受付件数が多かった順）:

全般的に消費者からの情報送信数は増加傾向にある。情報の内容をみると、オンライン関連サービスなど「運輸・通信サービス」に関するものが 4,127 件と全体の約４割を占めて最も多く、ついで携帯電話機、パソコンなど教養娯楽品に関するものが 1,471 件で続いている。

なお、架空請求に関連する情報については、１位の「運輸・通信サービス」と４位の「商品一般（商品を特定できない相談）」にそれぞれ含まれており、平成１６年度までは、全体の件数の３～４割が「架空請求及び不当請求」関連と想定されている。平成１７年度以降については、まったく利用した覚えがないにもかかわらず金銭を要求される「架空請求」関連の情報は減少しているが、クリックしただけで登録されてしまい金銭の振込みを要求される「不当請求」は平成１９年度も依然として多く寄せられている。また同じく、オンラインゲーム関連の情報も多く寄せられた。前述の教養娯楽品に関する情報も増加している。(平成１９年度における消費者トラブルメール箱月別受付件数については別添資料１０を、平成１９年度消費者トラブルメール箱　商品・役務別受信件数については別添資料１１を参照)。

消費者トラブルメール箱を通じて寄せられる情報は、消費者がどういった問題で困っているか、社会の中でどういう問題が起こりつつあるかをリアルタイムで把握できるため、個々の事例に関する情報を相談調査部内の関係者間で共有し、相談業務に活用している。

商品・サービス分類別年度別受信件数

		１４年度		１５年度		１６年度		１７年度		１８年度		１９年度	
		件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)

1	運輸･通信サービス	957	29.4	2,250	46.9	3,559	59.6	3,931	59.1	3,917	48.5	4,127	39.4
2	教養娯楽品	723	22.2	245	5.1	570	9.6	789	11.9	1,028	12.7	1,471	14.1
3	教養･娯楽サービス	246	7.6	657	13.7	172	2.9	188	2.8	309	3.8	573	5.5
4	商品一般	146	4.5	345	7.2	346	5.8	277	4.2	490	6.1	547	5.2
5	金融･保険サービス	134	4.1	213	4.4	169	2.8	222	3.3	372	4.6	503	4.8
6	住居品	130	4.0	140	2.9	150	2.5	166	2.5	286	3.5	438	4.2
7	食料品	126	3.9	126	2.6	108	1.8	105	1.6	177	2.2	385	3.7
8	土地･建物･設備	95	2.9	100	2.1	132	2.2	151	2.3	246	3.0	333	3.2
9	車両･乗り物	124	3.8	99	2.1	113	1.9	150	2.3	191	2.4	320	3.1
10	被服品	75	2.3	65	1.4	86	1.3	122	1.5	61	1.0	244	2.3
11	その他※	498	15.3	554	11.6	562	9.6	548	8.5	1,005	12.2	1,526	14.5
-	計	3,254	100	4,794	100	5,967	100	6,649	100	8,082	100	10,467	100

※１０位以下の項目を合算したもの

ⅱ.「消費者トラブルメール箱」によって収集した情報の提供

－年度計画内容－
「消費者トラブルメール箱」に寄せられた情報について、年度内に４回、収集結果やトラブルの概要を公表する。

◎業務の概要

消費者トラブル等の現状を迅速に把握する機能（センサー機能）を強化するため、インターネットを利用した情報収集システム「消費者トラブルメール箱」を当センターホームページの中に設置、寄せられた情報を調査・分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。

◎年度計画実施状況

寄せられた情報については、平成１９年４月、７月、１０月、平成２０月１月に、それぞれ過去３ヶ月分の収集結果、主な事案等をホームページ上に公表した（公表内容については別添資料１２参照）。

例えば、「電動リクライニングベッド」に挟まれて幼児が窒息死した件については、寄せられた事故情報の概要を迅速に報道発表し消費者へ注意喚起するとともに、関係機関に情報提供を行い被害の未然防止、拡大防止に貢献した。また、「韓流スターに会えるツアーを企画する会社」について、旅行の企画・運営内容が旅行業の登録を行なわなければならないものであるにもかかわらず、旅行業法の登録を行わないまま事業を行っており、旅行業法に抵触すると考えられたため、当該自治体の関係部署に情報提供を行った。

そのほか、「ドライアイスを入れて密閉したペットボトルが破裂して怪我に至る事故」や「実在する弁護士名をかたって『民事提訴通知書』を送りつける架空請求の手口」に関する情報について、ホームページ等に掲載するなどして注意喚起を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止に貢献した。

さらに、寄せられた情報をもとに事業者に事実確認等の追跡調査を行い、事業者対応の改善を随時申し入れた。事業者から何らかの改善策が寄せられ

た主な事例は、下表の通りである：

	事例内容	事業者による改善策等の内容
1	輸入販売されたアクセサリーの一部に製造会社以外の製品が使われていたことについて	輸入販売会社および製造会社がＴＶ放送でお詫びとお知らせを放映した。
2	キャンペーン期間は有料放送を安く視聴できるとして契約させるが、期間中の解約時の支払いの説明がないことについて	キャンペーン時の記載事項、説明について改善していくことになった。
3	韓流スターに会えるの旅行を企画する会社がキャンセルを受付けないことについて	旅行業登録していない業者だった。一種登録旅行社と業務提携を結び、今後の募集方法等についても改善することになった。
4	『年会費永年無料』との広告でカードに入会したが新しい会員規約には年会費を請求すると記載があったことについて	キャンペーン中のクレジットカード入会者については今後も年会費を取らないことになった。また、ＪＡＲＯに情報提供を行った。
5	カード会社から電子マネーへのチャージ分、10 万円の請求があったが、覚えがないことについて	フィッシング詐欺によるクレジットカードの不正利用が原因と判明。請求は取下げられた。
6	『記載された人数で同時にご入場に限り有効』と表示のあるペアチケットについて	実際には、必ずしも 2 人同時に入館する必要はなく、ＨＰ上の説明を具体的で丁寧な記述に変更された。
7	専用の空気入れでないと空気を入れられない説明がなかった子供用自転車について	保証書と取扱説明書の内容を改善し、顧客への説明等を徹底するよう販売店への指導が行われた。
8	宿泊をネット予約した後にキャンセルすると、キャンセル料に加えてカード取扱手数料も日数分請求されるホテルについて	カード取扱手数料の徴収の中止、更にネットでの申し込みとそうでない場合の申込のキャンセル料について差異を設けないこととなった。
9	通信講座テキストに記載ミスがあったため、試験で不正解となり、不合格となったことについて	「他の設問が全部正解で、この箇所のみが不正解。素点が 55 点であること」の条件を共に満たす受講者に対しお詫び金が支払われた。
10	ネット上でＣＤを購入。2500 円以上無料配送とあったが、受取り手数料が発生したことについて	最終確認画面で、ある特定の受取り方法であれば有料である旨の表示が見やすいよう改善することとなった。
11	懸賞で当選した無料バス旅行の見学地で高額な宝飾の購入を強引に勧められることについて	旅行業法上の問題点について指摘。企画旅行の内容、見学地の業者の販売方法が改善された。また、旅行業法に抵触する可能性があるため、自治体へ情報提供を行った。
12	購入した弁当に針金が混入していたことについて	針金はフライヤーの一部と判明。全店舗 600 店のフライヤーを確認。破損がみられるものと 1 年以上使用したものについて全品交換を行った。
13	クレジットカード払いで月謝納入を強要される音楽教室について	配布物の記載の改善および、特約店の説明についても改善されることとなった。
14	紙オムツ製造会社のポイントキャンペーンが、告知が不十分なままに終了されたことについて	次回以降キャンペーンを行う場合は十分に配慮するよう改善することとなった。
15	紙オムツ製造会社のポイントキャンペーンが、告知が不十分なままに終了さ	効期限日、および発行日記載について利用者にわかりやすいよう、改善することとな

	れたことについて	った。

（２）国民への情報提供

情報提供は主に新聞、テレビ、ラジオ等の報道機関を通じたものと、当センター自らが運営、発行するホームページ、テレビ番組及び、定期刊行物を通じたものに大別される。平成１９年度においても、これらの手段を活用して積極的な情報提供を行い、特に報道機関を通じた情報提供については、目標の２０テーマを大幅に上回る３３テーマを公表した。
ホームページを通じた情報提供においては、引き続き消費者の関心及び問題性の高い情報をタイムリーに掲載し、ホームページへのアクセス件数の増加に努めた。
テレビ番組と各種定期刊行物についても、平成１８年度に実施した視聴者及び読者向けの満足度アンケート結果を踏まえ、時節を捉えたテーマ選定など編集面での様々な工夫が実り、満足度アンケートにおいていずれも好結果を得ることができた。
また、上記情報提供に加え、消費者取引や商品の安全性などに関連する話題、国民生活センターや全国の消費生活センターに寄せられた相談の統計データ、国民生活センターの業務内容など幅広い内容を収録した「消費生活年報２００７」を発行し（平成１９年１０月)、最近の消費者問題の動向、統計データを調べるための情報源として各方面で活用されている。

１）報道機関等を通じた情報提供

－年度計画内容－
ＰＩＯ－ＮＥＴの情報やセンターが処理した苦情相談を分析し、その結果を年度内に２０テーマ以上提供する。また、これらの被害の未然防止や拡大防止の観点から必要がある場合には、関係事業者（団体）及び関係行政機関への要望及び情報提供を行う。

◎業務の概要
報道機関等を通じた情報提供について、情報分析部ではＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム）を通じた情報収集を、相談調査部では消費者からの直接相談並びに各地消費生活センターからの経由相談を通じた情報収集を行い、問題性、緊急性の高い消費者問題を見極めつつ、内容を分析し、消費者に分かりやすい形に編集した上で各種メディアを通じて幅広く提供している。

◎年度計画実施状況
平成１９年度においては、以下３３のテーマによる情報提供（毎月開催される記者説明会、ホームページを通じての公表）を行った。
各情報は提供後に新聞記事やテレビ・ラジオ番組に取り上げられており、その数は全国紙をはじめ、新聞１６９回、テレビ・ラジオが７８回であった。（平成２０年５月１日現在）
各テーマによる情報提供に関する新聞記事（掲載された主要なもののみ）については、別添資料（参考）を参照。

No.	テーマ
1.	パケット料金にご注意！予想以上に高額になることも ―携帯電話のパケット通信関連相談をめぐるトラブル―
2.	大学生の間に広がる未公開株のトラブル ―新入生もご用心―
3.	死亡事故２件発生　こんにゃく入りゼリーの事故 ―子どもや高齢者に与えないこと！―
4.	ペット購入時のトラブルの実態と問題点

―安心してペットを「買う」ためには―

5. 怪しい「出資」の被害が続出！
 ―「配当金が支払われない」「出資金が返還されない」―
6. 『民事訴訟通告書』で架空請求！　連絡すると高額な料金を要求！！
7. 絶対に目を離さないで！！　浴槽用浮き輪で乳幼児の溺死も！
8. 移動販売等での物干し竿購入に関するトラブルに注意！
 2本1,000円のはずが…、高額な料金を請求されることも
9. ＮＯＶＡへの苦情が急増し、未だ解決されないケースも多数
 ―全国の消費生活センターへの緊急アンケート調査結果より―
10. 2006年度のＰＩＯ－ＮＥＴにみる消費生活相談の概要、危害情報システムにみる危害・危険情報
11. ドライアイスを入れて密閉したペットボトルが破裂して大けが！！
12. 高齢者に急増！　生命保険の販売トラブル
13. 「海外宝くじ」、高齢者苦情が多数発生！
 誘いに乗らない、買わないことが肝心
14. 折りたたみ式オムツ交換台からの転落に注意！！
15. 「高齢者金融取引１１０番」実施結果
16. 製品関連事故に係る消費生活相談と製造物責任法に基づく訴訟の動向
17. 自費出版に関する相談が増加　―作品をほめられても、安易に契約しない―
18. 消費者契約法に関連する消費生活相談および裁判の概況
19. 次々販売のトラブル　―クレジットを利用した相談を中心に―
20. ガリレオ温度計が割れて化学やけど
21. 消費生活相談にみる2007年の10大項目
22. 気をつけて！入浴剤での転倒事故　―複雑骨折した事例も―
23. ―速報―　電動リクライニングベッドに挟まれて幼児が窒息死
24. 生のにごり酒で開栓時に栓が飛んで怪我！　―眼底打撲で入院も―
25. 次々に新手が出てくる「個人情報」を口実にした不当な請求
26. ＤＶＤ購入で刑事責任を負うと通知する新手架空請求
27. ケーブルテレビに関する相談が増加
 「テレビが見られなくなる」のトークに惑わされないで！
28. 水まわりの修理サービスのトラブル多発！
 ―広告を見て呼んだら、思いもかけない請求が！―
29. 2007年の国民生活センターホームページ利用状況
30. 「懸賞金が当たった」とメールがきても、絶対にお金を支払わないで！
31. 個人情報に関する消費者の意識
 ―個人情報保護法説明会参加者へのアンケート調査結果報告書の概要―
32. シートベルトのロック機構にご注意
33. 危険！！レーザーを用いた違法な玩具などが売られている！！

各々のテーマ名と概要、要望及び効果等は以下の通り：

1. パケット料金にご注意！予想以上に高額になることも
 ―携帯電話のパケット通信関連相談をめぐるトラブル―
 公表日：平成１９ 年４月５日
 概要：

ＰＩＯ－ＮＥＴに寄せられた「携帯電話サービス」に関する相談は年々増加しており、2006年度は前年同期と比べ17.3％の増加となっている。特に「携帯電話サービス」全体に占めるパケット通信に関する相談の割合も増加しており、2002年度には3.6％でしかなかったものが、2004年度以降は15％～16％程度で推移している。なかでも携帯電話事業者がパケット定額制を設けているにもかかわらず、パケット料金が高額で納得できないといった相談が多く寄せられている。そこで、なぜ高額請求になってしまったのか、その背景や問題点、パケット通信に関する注意を消費者に呼びかけた。

要望先：（社）電気通信事業者協会

情報提供先：総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課

2. 大学生の間に広がる未公開株のトラブル　―新入生もご用心―
公表日：平成１９年５月９日
概要：
「『近々上場する』『絶対儲かる』と勧誘され未公開株を購入したところ、いまだに上場しないし、解約もできない」といった未公開株のトラブルが多発しており、最近は特に大学生をターゲットとしたものが発生している。相談事例には、同級生などから誘われて断れないケースや、高額な投資金を準備するために預貯金を使い果たしたケース、学生ローンや消費者金融などで借金をさせたりするケースがみられる。また、他の学生の勧誘に成功すればマージンが支払われるものもあり、トラブルの一因となっている。トラブルの多くは首都圏の大学で発生している。新入生が入学したばかりでもあり、今後の被害の拡大を防ぐために、相談事例と問題点等を情報提供した。

情報提供先：
金融庁総務企画局政策課金融サービス利用者相談室
経済産業省商務情報政策局消費経済対策課
警察庁生活安全局環境課生活経済対策室
総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課

3. 死亡事故２件発生　こんにゃく入りゼリーの事故
―子どもや高齢者に与えないこと！―
公表日：平成１９年５月２３日
概要：
こんにゃく入りゼリーでの死亡事故が２件発生したことから、事故の再発を防ぐための明確な方策が示されない現状においては、こんにゃく入りゼリーは子どもや高齢者に食べさせることを控えるべきである旨のアドバイスを消費者に対して行った。

4. ペット購入時のトラブルの実態と問題点
―安心してペットを「買う」ためには―
公表日：平成１９年６月６日
概要：
犬は約 1,209 万頭、猫は約 960 万頭と多くの犬猫が飼育されている。ペットの販売を行なう動物取扱業者の数も増えており、販売を取り扱う事業者は 2006 年現在で 15,000 社を超える。一方で消費者トラブルを起す事業者も多いことから「動物の愛護及び管理に関する法律」が 2005 年 6 月に改正され、2006 年 6 月に施行された。この改正により事業者は一定の説明責任等を課されるようになったが、ペット購入に関する消費者トラブルは全国の消費者相談窓口に毎年 1,500 件以上、2001 年度から 2006 年度までで 8,914 件寄せられている。 そこで、ペット購入に係るトラブルの実態と問題点について整理・分析し、情報提供した。

情報提供先：環境省自然環境局総務課動物愛護管理室

5. 怪しい「出資」の被害が続出！
―「配当金が支払われない」「出資金が返還されない」―
公表日：平成１９年６月２０日

概要：

「毎月３％の利息がつく」「1 年後には倍になる」など高配当をうたう業者に多額の金銭を出資したものの、「配当金が支払われない」「出資金が返還されない」といった相談が、国民生活センターや全国の消費生活センター等に多く寄せられている。出資に関する消費者トラブルは、これまでにも深刻な被害が発生しているが、今後は金融商品取引法の対象として消費者保護のルールが適用されることになる。しかし、「配当金が支払われない」「出資金が返還されない」といったトラブルは過去から同じように繰り返されており、これからも同様の被害が発生すると思われる。業者が逮捕・倒産等するまで被害は表面化しにくく、このような状態になると出資金が返還される可能性は低い。そこで、最近の相談事例をもとに被害の現状や傾向をまとめ、根拠もなく高配当をうたう怪しい出資には決して手を出さないよう消費者に呼びかけた。

情報提供先：
金融庁総務企画局政策課金融サービス利用者相談室
経済産業省商務情報政策局消費経済対策課
警察庁生活安全局環境課生活経済対策室

6. 『民事訴訟通告書』で架空請求！　連絡すると高額な料金を要求！！
公表日：平成１９年６月２０日
概要：

ＰＩＯ－ＮＥＴに寄せられる架空請求に関する相談件数は、2004 年度をピークに年々減少傾向である。しかし、各地の消費生活センターには「弁護士と販売業者の連名で『民事訴訟通告書』という文書が届いた。通信販売の商品代金が未納なので民事訴訟の手続きをとるという内容だが、身に覚えがない」という相談が多く寄せられている。記載されていた法律事務所に連絡を取ってしまった相談もあり、「約５０万円支払えば訴訟を取り下げる。後日、弁護士費用２万円と商品代金２万円弱を差し引いて、残りは返金する」と言われるケースが多いようである。同様の手口の相談は各地のセンターに寄せられた相談の『民事訴訟通告書』の文面はほぼ同一であった。同一の業者が、一定期間に集中してある一定の地域に送りつけていると思われる。地域によって販売会社名や弁護士名・法律事務所名なども変更しているようであり、また、実在しない弁護士名・法律事務所名を騙っていることが多く、消費者被害の未然・拡大防止のために注意喚起を行った。

情報提供先：第一東京弁護士会 弁護士業務の適正化に関する委員会

7. 絶対に目を離さないで！！　浴槽用浮き輪で乳幼児の溺死も！
公表日：平成１９年７月５日
概要：

浴槽用浮き輪で乳児の溺水事故が起きているとの情報提供が小児科医より寄せられたため、同種事故の調査と製品の検証を行い情報提供した。

日本玩具協会へは、ＳＴマークを付与している事業者に対して消費者への注意喚起を早急に行うよう指導することを、日本空気入ビニール製品工業組合へは、製造・販売事業者に対し製品の根本的な見直しと消費者への注意喚起を早急に行うように指導することを要望した。

メーカー及び販売店はその後販売を自主的に中止。日本玩具協会をメーカーが共同社告を出し、今後再度販売を行う場合には、安全基準、製品の見直しを根本的に行う旨の回答があった。

要望先：
（社）日本玩具協会、日本空気入ビニール製品工業組合

情報提供先：
経済産業省製品安全課、総務省消防庁救急企画課
（社）日本医師会、日本プラスティック玩具工業協同組合、
日本チェーンストア協会、日本百貨店協会

8. 移動販売等での物干し竿購入に関するトラブルに注意！
2本1,000円のはずが…、高額な料金を請求されることも
公表日：平成１９年７月５日
概要：
　自動車に陳列して巡回する移動販売等による物干し竿に関する相談が増えている。「２本１０００円」などと宣伝して別の高額な商品を売ったり、竿を切って長さを調節してしまって買わざるを得ない心理に陥らせて販売しているケースなどが見受けられる。移動して販売していることや、事業者名や連絡先がわからないことから事業者を特定することができないことも多く、一度代金を支払ってしまうと、解約や返金などの実質的な被害の回復は困難なのが現状である。そこで、消費者トラブルの未然・拡大防止のため情報提供を行った。

9. ＮＯＶＡへの苦情が急増し、未だ解決されないケースも多数
―全国の消費生活センターへの緊急アンケート調査結果より―
公表日：平成１９年８月２日
概要：
　業界最大手の外国語教室ＮＯＶＡについては最高裁判決（2007年4月3日）以降に相談が急増しており「実際にはレッスンを受講していないのに一定期間を過ぎたら受講したとみなされレッスン料を請求された」「かつて中途解約し返金されたが、最高裁判所の判決を知って高い単価で清算されていたことがわかった。再清算してほしい」等清算方法に納得できないという相談が全国の消費生活センターに多数寄せられている。
国民生活センターでは、本年６月２６日から２８日の３日間、ＮＯＶＡに関する緊急アンケート調査を全国の消費生活センター等を対象に実施した（送付数５３０箇所、回答数４４１通、回収率８３．２％）。アンケート結果から、ＮＯＶＡの消費者対応に著しく問題があることが改めて浮き彫りになった。そこでＮＯＶＡにかかわる消費者対応上の問題をアンケート結果から分析し、情報提供を行うとともに併せてＮＯＶＡに対して要望を行った。

情報提供先：
（株）ＮＯＶＡ
経済産業省商務情報政策局商務流通グループ消費経済部消費経済政策課
経済産業省商務情報政策局商務流通グループ消費経済部消費経対策課

10. 2006年度のＰＩＯ－ＮＥＴにみる消費生活相談の概要、危害情報システムにみる危害・危険情報
公表日：平成１９年８月２日
概要：
　2006年度にＰＩＯ－ＮＥＴによって収集した消費生活相談についての概要をまとめた。 2006年度の総件数は約110万件で前年度より減少しているものの、依然として多くの相談が寄せられており、契約当事者をみると70歳以上の高齢者の伸び率が最も高かった。また、「架空請求」の相談は2004年度をピークに減少している一方で、「金融・保険サービス」やクレジット、「安全・品質」に関連する相談が増加傾向にあった。
　また、危害･危険情報に関し、2006年度に消費生活センターと協力病院から収集した件数の合計は19,232件で、対前年度比でみると3.7%増であった。最も多かった商品は、消費生活センター情報の危害情報では「エステテ

ィックサービス」、危険情報では「自動車」であり、病院情報では「階段」であった。

11. ドライアイスを入れて密閉したペットボトルが破裂して大けが！！
公表日：平成１９年８月 15 日
概要：
　ドライアイスを入れたペットボトルが破裂し、けがをしたという事故の情報が国民生活センターに寄せられたため、同種事故の調査を行い、消費者に注意を促すこととした。

情報提供先：
　文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課
　文部科学省初等中等教育局初等中等教育企画課
　文部科学省スポーツ・青少年局青少年課
　社団法人全国清涼飲料工業会

12. 高齢者に急増！　生命保険の販売トラブル
公表日：平成１９年９月６日
概要：
　全国の消費生活センター等に寄せられる生命保険に関する相談をみると、最近の傾向として、契約者の高齢化がみられる。相談事例をみると、契約内容に関する不十分な説明や、高齢者に適合しない保険の販売など、営業職員や代理店の販売方法に起因するトラブルが多い。なかには、子や孫を被保険者とする保険を高齢者に契約させ、年数百万円もの高額な保険料を支払わせるなど、非常に問題のあるケースが一部の生命保険会社に見られたため、高齢者の生命保険契約に関する相談の問題点をまとめるとともに、トラブルの一層の防止を社団法人生命保険協会に要望した。

　要望先：(社)生命保険協会

13. 「海外宝くじ」、高齢者苦情が多数発生！
誘いに乗らない、買わないことが肝心
公表日：平成１９年９月６日
概要：
　国民生活センターは従来から、ダイレクトメール（以下、ＤＭという）を使った海外宝くじに対して注意を呼びかけているが、最近でも年間 8,000 件を超える苦情が寄せられており、高い水準にある。内容も悪質・多様化し、また高齢者に関する相談も多く見られ、被害金額も高額化する傾向にある。そもそも、国内で海外宝くじの発売、発売の取次ぎ、授受を行なうことは刑法（富くじ発売等）に抵触すると解釈されている。相手業者は外国に事務所を置いて、消費者に代わって現地で宝くじを購入し、当選した場合には消費者に知らせ送金すると言われているものが多く、確実に当選金が支払われるかどうかの保証はない。そこで、海外宝くじに関する最近の相談事例からトラブルの実態と問題点について整理・分析し、情報提供するとともに、消費者被害の未然防止の観点から関係機関に対して情報提供を行った。

情報提供先：警察庁生活安全局生活環境課生活経済対策室

14. 折りたたみ式オムツ交換台からの転落に注意！！
公表日：平成１９年１０月５日

概要：
デパートやショッピングセンター、公共施設等に設置されている折りたたみ式のオムツ交換台から乳幼児が転落して頭蓋骨骨折をしたとの情報が寄せられたため、同種事故の調査、メーカーや行政の対応等を確認し情報提供を行った。
耐用年数が経過した製品を使用している施設への早急な製品変更、設置施設とメーカーの協力による設置上の安全性の検討、事故を起こさせない製品の構造等への工夫を関係団体に要請するよう、経済産業省へ要望した。経済産業省は商業施設を始め各省庁に対して管轄する施設に対して注意喚起を行うようにとの要請を横断的に行った。

要望先：経済産業省製品安全課

15. 「高齢者金融取引１１０番」実施結果
公表日：平成１９年１０月５日
概要：
深刻化する高齢者の消費者被害を未然に防止するため、平成 19 年 9 月 11、12 日の 2 日間にわたり実施。共同で実施した 8 都県市で受付けた件数は 59 件。契約内容をみると、未公開株、投資組合への出資、ロコ・ロンドン金取引など利殖関係の相が多く、その他には、保険・共催、多重債務、サラ金などがあった。

16. 製品関連事故に係る消費生活相談と製造物責任法に基づく訴訟の動向
公表日：平成１９年１０月５日
概要：
1995 年 7 月に施行された製造物責任法の活用状況を把握するため、PIO-NET に収集された製品関連事故に係る消費生活相談の動向の調査及び製造物責任法に基づく訴訟で 2006 年以降提訴されたものを併せてとりまとめ、情報提供した。

17. 自費出版に関する相談が増加―作品をほめられても、安易に契約しない―
公表日：平成１９年１１月９日
概要：
自分の書いた詩や小説などを本にまとめたいという人が、自分で費用を負担して本を出版する自費出版に関する相談が増加している。　自費出版に関する相談は、「自分の作品をほめられて気持ちが高揚して契約をしたが、あとから考え直して解約をしたい」「出版の契約がきちんと履行されない」などがある。事業者の主催するコンテストに応募したり、広告を見て問合せをするなど、消費者のアクセスが契約のきっかけとなっているケースが多いが、事業者が作品をほめて、消費者の気分を高揚させて勧誘している場合も少なくない。消費者は、出版に関する知識が必ずしも十分ではないため、契約するにあたっては注意が必要である。　そこで、トラブルの未然防止・拡大防止のため情報提供を行った。

18. 消費者契約法に関連する消費生活相談および裁判の概況
公表日：平成１９年１１月９日

概要：
消費者が商品やサービスを購入する際に、事業者から不当な勧誘を受けたり、不当な契約条項を押し付けられることは多い。こうした消費者と事業者との間で締結される契約（消費者契約）にかかわるトラブルは、消費生活相談における中心的な問題となっている。消費者からこのような相談が寄せられた場合、全国の消費生活センターでは、各種の法令を利用しながら、その被害の救済に取り組んでいる。なかでも消費者契約法は、あらゆる消費者契約を対象として、事業者の不当な勧誘や不当な契約条項によって被害を受けた消費者の事後救済を可能とするものであり、消費者契約にかかわるトラブルを解決する中心的な手段として積極的に活用されている。そこで、あらためて消費者契約法に関連する消費生活相談を整理し、事業者の不当な勧誘や不当な契約条項について、その代表例と傾向をまとめた。また、消費者契約法に関連する裁判の概況についてもとりまとめた。

19. 次々販売のトラブル　―クレジットを利用した相談を中心に―
公表日：平成１９年１２月７日
概要：
2005 年に埼玉県富士見市で発生した認知症の姉妹に対して次々と契約させた住宅リフォーム工事等をきっかけに、一度契約をした消費者をターゲットに、同じ事業者や別の事業者が次々に新たな契約をさせる次々販売について社会の関心が高まり、その問題点が注視されている。 そこで、販売信用との関係等について分析し、消費者被害の未然・拡大防止のために情報提供を行った。

情報提供先：
経済産業省商務情報政策局消費経済政策課
経済産業省商務情報政策局取引信用課

20. ガリレオ温度計が割れて化学やけど
公表日：平成１９年１２月７日
概要：
ガリレオ温度計が割れて化学やけどをしたという事例が寄せられたため、成分等を調査し、問題点を取りまとめた。ガリレオ温度計で化学やけどを負う可能性があるとの認識を持っている消費者は少数であると考えられることから、消費者への注意喚起を図った。
「メーカーや販売業者等は、液体の成分を表示することはもちろん、危険性や事故があった際の対応方法についても明記すべきである。また、消費者が液体を浴びてしまったとしても化学やけどを負わずにすむように、液体をもっと安全なものに切り替えるなどの見直しについても検討されたい」との要望を行い、販売店から「表示を改める」との連絡が複数あった。

21. 消費生活相談にみる 2007 年の 10 大項目
公表日：平成１９年１２月７日
概要：
国民生活センターでは全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談情報をＰＩＯ－ＮＥＴによりオンラインで収集している。寄せられた情報は、消費者問題の動向や消費者トラブルの現状を見る上でも重要な情報源となっている。本資料では、ＰＩＯ－ＮＥＴ情報等の中で 2006 年（1～10 月）に相談件数の多かったものや、相談件数が急増したもの、消費者問題として社会的注目を集めた事項から１０項目を選んでとりまとめ、情報提供を行った。平成１８年の１０大項目は、次のとおり。
１．　外国語学校、契約解約トラブル相次ぐ
２．　食品の偽装が次々と明るみに

３．　怪しい「出資」の被害、広がる
４．　製品関連事故の多様化と対策強化
５．　施設・設備に関連する重大事故相次ぐ
６．　悪質商法に対する行政処分や摘発が相次ぐなか、特商法、割販法の改正論議進む
７．　多重債務問題への対応進む
８．　金融商品取引法施行、事業者の説明責任明確に
９．　消費者団体訴訟制度スタート
１０．「消費者トラブルメール箱」の受信件数増加

22.　気をつけて！入浴剤での転倒事故　―複雑骨折した事例も―
公表日：平成１９年１２月２６日
概要：
入浴剤が入った風呂ですべり複雑骨折した事例などが PIO-NET に寄せられた。主にすべりやすい旨の表示がある入浴剤での事故のようであった。そこで、この種の入浴剤を入れた場合、さら湯に比べてすべりやすいかや、すべりやすさに関する表示などを調べ、事故の未然防止・拡大防止の観点から消費者に注意を促すとともに、業界にも要望を出すこととした。
「転倒事故を誘発するようなすべりやすい商品などについて、表示の工夫や素材の変更を要望した。その結果、日本化粧品工業連合会等から、「会員各社に要望の内容を伝えた」等の回答があった。

要望先：
日本化粧品工業連合会、化粧品公正取引協議会、日本浴用剤工業会、
情報提供先：
厚生労働省医薬食品局審査管理課、
公正取引委員会事務総局経済取引局取引部消費者取引課

23.　―速報―　電動リクライニングベッドに挟まれて幼児が窒息死
公表日：平成１９年１２月２６日
概要：
消費者トラブルメール箱に電動リクライニングベッドにより幼児が死亡したとの情報が寄せられた。事故の原因等詳細については調査途中であったが、事故の未然防止・拡大防止のために事故の概要について第一報を行った。

情報提供先：経産産業省製品安全課

24.　生のにごり酒で開栓時に栓が飛んで怪我！　―眼底打撲で入院も―
公表日：平成１９年１２月２６日
概要：
生のにごり酒で開栓時に栓が飛んで目に当たり、眼底打撲で入院したという事例が寄せられた。調査したところ、条件により中栓が勢いよく飛ぶことが分かった。消費者にはその危険性が想像しにくい点に大きな問題があるため、情報提供及び要望を行った。
事故を未然に防ぐための構造面を含めたより抜本的な対策と、開栓時に注意を払う必要がある旨が分かるような表示について検討するよう、日本酒造組合中央会に要望した。日本酒造組合中央会は、表示の見直しのため当該メーカーに聞き取りを行うこととなった

要望先：日本酒造組合中央会
情報提供先：国税庁課税部酒税課

25.　次々に新手が出てくる「個人情報」を口実にした不当な請求

公表日：平成１９年１２月２６日
概要：
　個人情報の保護に関する法律（以下、個人情報保護法）が平成 17 年４月に完全施行されて約３年が経過しようとしている。個人情報保護に関する世論調査によると、個人情報保護法自体の周知度は約 80%と非常に高い一方、「自分の予期しない目的で個人情報が利用されているのではないか」と感じている人が約 70%と多くの人が不安を抱いている。そうした不安を逆手にとるように、「個人情報」にかこつけた不当な請求が次々に手口を変えて現れている。そのため平成 19 年５月 28 日に「個人情報の流出などを口実に不当な対策費を要求する業者に注意！」を公表し消費者に注意喚起を行ったが、その後も当センター個人情報相談窓口には同種の相談が寄せられ続けている。そこで、再度、被害の未然防止・拡大防止のためトラブルの実態と注意点を情報提供した。

26.　ＤＶＤ購入で刑事責任を負うと通知する新手架空請求
公表日：平成１９年１２月２６日
概要：
　１２月上旬より、各地の消費生活センターに、「法律事務所から『口頭弁論呼出し通告書』という文書が届いたがどのように対処したらよいか」などという相談が寄せられている。消費者の元に届いた文書の内容は、「今回、わいせつＤＶＤの通信販売業者が警察に検挙された際に、過去にあなたが購入していたことが判明した。共犯なので刑事責任を負わなければならない」などである。これまでの架空請求のように、以前購入した商品代金が未払いであるといった民事訴訟を名目にしたものとは違い、連絡しなければ懲役や罰金などの刑事責任を負うことになると通知し、消費者の不安をあおる新たな手口であると考えられるので、消費者被害の未然・拡大防止のために注意喚起を行った。

27.　ケーブルテレビに関する相談が増加
「テレビが見られなくなる」のトークに惑わされないで！
公表日：平成１９年１２月２６日
概要：
　地上アナログテレビ放送は地上デジタルテレビ放送へ移行することが国の施策として決定しており､2011 年７月に地上アナログテレビ放送は終了する予定である。このような中、ケーブルテレビに関する相談が年々増加している。「地上デジタルテレビ放送になったら今のテレビは見られなくなる」「ケーブルテレビに加入すれば、今のままでも大丈夫」といってケーブルテレビへの加入を勧誘され、契約内容もよくわからぬままに契約をしてしまいトラブルとなるケースが目立っている。特に 70 歳以上の高齢者のトラブルが増加している。そこで、被害の未然防止・拡大防止のために情報提供を行った。

情報提供先：
　総務省情報通信政策局総務課
　社団法人日本ケーブルテレビ連盟、社団法人デジタル放送推進協会

28.　水まわりの修理サービスのトラブル多発！
―広告を見て呼んだら、思いもかけない請求が！―
公表日：平成２０年１月９日
概要：
　キッチンや風呂、トイレなどの水まわりには、蛇口等の水漏れや詰まりといったトラブルが生じることが少なくない。トラブルが起こった際には、投込広告やチラシ、電話帳広告などを見て「低料金」と思って業者を呼ぶこと

が多いが、こうした緊急時の要請に応じて来訪した業者との間で料金やサービス内容に関する苦情が相次いでいる。水まわりのトラブルは消費者が誰でも巻き込まれる可能性があり、被害の未然防止・拡大防止を目的とした情報提供を行なった。

情報提供先：
　経済産業省商務情報政策局商務流通グループ消費経済部消費経済政策課
　経済産業省商務情報政策局商務流通グループ消費経済部消費経済対策課
　警察庁生活安全局生活環境課経済対策室
　公正取引委員会事務総局経済取引局取引部景品表示監視室

29. 2007 年の国民生活センターホームページ利用状況
公表日：平成２０年１月９日
概要：
　国民生活センターホームページは、「生活問題の総合サイト」として年に 2,000 万ページビューを超える閲覧数を得ている。国民生活センターホームページの 2007 年の閲覧状況についてまとめた。
　閲覧の多かったページは「回収・無償修理等のお知らせ」や「全国の消費生活センター」、架空請求・不当請求に関するページだった。

30. 「懸賞金が当たった」とメールがきても、絶対にお金を支払わないで！
公表日：平成２０年２月６日
概要：
　「携帯電話に懸賞サイトや出会い系サイトから、数百万円～数千万の懸賞金が当たったとメールが入り、その懸賞金をもらうために必要だと言われお金を支払ったが、結局懸賞金はもらえない」という相談が全国の消費生活センターに寄せられている。これらは、懸賞金をもらうためと称して、何らかの名目でお金を支払わせる手口と考えられるため、被害の未然防止・拡大防止のために情報提供した。

情報提供先：
　警察庁生活安全局生活環境課

31. 個人情報に関する消費者の意識
―個人情報保護法説明会参加者へのアンケート調査結果報告書の概要―
公表日：平成２０年３月６日
概要：
　全国４７都道府県で行なった「個人情報保護法に関する説明会・相談会（内閣府と共済）」参加者を対象にアンケートを実施した。個人情報保護法への期待の問に関しては、「個人情報の安全管理責任の強化」「漏洩を確実に防止することは不可能と思う」の回答が多く、施行後どう変わったかの問に対しては、「社会全体で個人情報に関する取扱いが慎重になりすぎて不便になった」「何かにつけて個人情報だと言われる」との回答が多かった。

32. シートベルトのロック機構にご注意
公表日：平成２０年３月６日
概要：
　乗車中シートベルトで遊んでいた子どもがシートベルトに絡められたためはずそうとしたところ緩まず、逆に強く締まり続けて窒息しそうになったという事例が寄せられた。事故はいずれもチャイルドシート固定機能付シートベルトで起きているため、同種事故の調査、シートベルトのロック機構の特徴等を調べて情報提供を行った。
　チャイルドシート固定機能付シートベルトの特徴や、使用を誤った際にど

のような危険があるのかについて、シートベルト本体近傍を含め、子どもにも理解できるような注意表示を行うこと等を、自動車関連の主な業界団体へ要望した。日本自動車工業会ではリーフレットや啓発グッズを作成・配布するなど積極的ま啓発活動が行われ、更なる啓発に努める旨の回答があった。

要望先：
（社）日本自動車工業会、（社）日本自動車部品工業会
（社）日本自動車販売協会連合会、（社）日本中古自動車販売連合会
情報提供先：
国土交通省安全政策課、警察庁広報室、経済産業省製品安全課

33. 危険！！レーザーを用いた違法な玩具などが売られている！！
公表日：平成２０年３月２８日
概要：
　縁日の福引の景品で玩具銃にレーザー光線式の照準器らしき装置を付けた商品があったとの相談が寄せられた。レーザー光線を玩具などに用いることはそもそも危険性を伴うことであり、消安法でも厳しい規制がある。そこで、当該玩具銃などを入手して安全上の問題を調査し、消費者に注意喚起するとともに、行政や業者への要望、情報提供を行った。
　消安法に定める技術基準に適合していない製品が市場に出回っていたため、同法に規定する措置の徹底や学校等への注意喚起を関係省庁に要望した。その結果、経済産業省は直ちに当該製品を検査し、結果を元に、輸入業者に自主回収措置を指示すると同時に、当センターの公表に合わせて記者公表に踏み切った。

要望先：経済産業省商務情報政策局製品安全課、文部科学省
情報提供：警察庁長官官房総務課広報室

２）出版物、テレビ、ホームページ等による情報

ｉ．ホームページ

①提供情報の充実とアクセス件数増加

－年度計画内容－ 　引き続き社会的に問題となっていて消費者の関心の高い情報の提供を行うこと等により、アクセス件数の増加を図る。

◎業務の概要
　当センターは発足以来、消費者の消費者問題に対する理解を促進するため、雑誌、リーフレット等の印刷物及びテレビ番組を通じての情報提供を行ってきた。平成７年１０月には、「国民生活センターホームページ」を開設している。今やホームページを通じての情報提供は事業の大きな柱となっており、消費者向け情報提供の主要な手段として活用されている。

◎年度計画実施状況
　消費者被害の防止や解決に役立つ情報をより一層充実させるため、従来から行ってきた「悪質な手口に対する注意情報」、「商品テスト結果」、「回収や無償修理の社告関連の情報」に加え、中国製冷凍ギョウザ問題などの社会的に関心の高まった消費者問題、製品事故情報についても積極的に消費者へ情報提供を行った。
　情報提供を行った代表的な方法・テーマとしては下記のようなものが挙げられる：

- 乳幼児がベビーカーに手指を挟み、あわや切断！
- 個人情報の流出などを口実に不当な対策費を要求する業者に注意！
- 「社会保険庁」を名乗る不審な電話にご注意！！
- 新潟県中越沖地震　被災地の方々へ
- 実在する弁護士名をかたって『民事提訴通知書』を送りつける架空請求の手口
- セキュリティソフトに関するトラブル
- 株式会社ＮＯＶＡが会社更生法の適用を受けた件について
- 株式会社ＮＯＶＡの破産について
- 中国産冷凍ギョウザ等最新情報
- 携帯電話番号で送信される「退会未処理を理由にした不当な請求メール」にご注意！
- 看護師をターゲットに、強引な電話勧誘によって資格教材を販売する手口にご注意！
- リサイクル業者を装って新聞の契約をさせる勧誘員
- 国民生活センター委員をかたる架空請求について

なお、ホームページにおいては、高齢者や障害者など誰にとっても利用しやすいものとするため、ウェブサイトにおけるアクセシビリティの指針であるＪＩＳ Ｘ８３４１に準拠したホームページ情報の作成方法を採用している。

ホームページへのアクセス状況は以下の通りであり、平成１９年度は、トップページへのアクセス件数、総ページビュー件数のいずれも、前年度に比べ増加した（期首年度比では、それぞれ１．５％増、１４．１％増)。

年度	トップページへのアクセス件数		総ページビュー数	
	（万件）	対前年度比（％）	（万件）	対前年度比（％）
平成 15 年度	239.6	－	2,325	－
平成 16 年度	329.3	37.4	3,507	50.8
平成 17 年度	257.6	△21.8	2,710	△22.7
平成 18 年度	238.7	△ 7.3	2,426	△10.5
平成 19 年度	243.1	1.8	2,653	9.4
対期首年度比	1.5 ％増		14.1 ％増	

当センターホームページは、架空請求問題についても適宜に情報提供し続けており、同問題の広がりと歩調を合わせて、トップページアクセス件数は急激に増加してきた。平成１７年度以降、架空請求問題がようやく沈静化してきたことに伴い、ホームページアクセス件数は、ピークの平成１６年度と比較して減少したものとみられる。

なお、最近のインターネットにおけるウェブページ検索技術の飛躍的な進歩や利用者の習熟度が上がったことなどにより、トップページを経由せずに、その都度検索エンジンを利用して、必要なページを探し、当該ページへ直接アクセスしてくる、あるいは関心のあるページを利用者がブックマークに登録し利用することが一般的になってきた。このため、各ページへのアクセス件数の合計である総ページビュー件数が、より利用実態を反映していると考えられる。

②携帯電話による情報提供の充実

－年度計画内容－ 携帯電話による情報提供の充実を図る。

◎業務の概要

携帯電話向けに、平成１４年度より携帯電話（ｉモード対応の機種）を対象とした情報提供を開始し、平成１８年度からは au とソフトバンク各携帯会社専用サイトを追加している。

◎年度計画実施状況

携帯電話利用者への情報提供の充実を図るため、以下の情報を中心に提供した：

○相談が多い架空請求上位３０業者　＊毎月１回更新
○商品テスト　＊記者公表した資料を随時掲載
○報道発表資料　＊記者公表した資料を随時掲載
○消費生活センター連絡先　＊随時更新

平成１９年度は、消費生活センター連絡先に相談開設日と相談受付時間を追加し、情報提供の充実を図った（平成１９年１１月に追加)。

ⅱ．テレビ番組

－年度計画内容－ 視聴者モニターにアンケート調査を実施し、５段階評価で４以上の満足度の評価を得るよう努めるとともに、その結果を企画・構成面に反映させる。

◎業務の概要

テレビ番組を通じての情報提供については、当センターが発足した翌年の昭和４６年９月より、ＴＢＳをキー局として全国３３局ネットで「あなたとくらし」の放映を開始している。

現在は日本テレビをキー局に全国３１局ネットで「ご存じですか　消費者ミニ情報」を放映（毎週水曜日１１：２５～１１：３０）し、消費者問題に関するさまざまな情報を広く国民に提供している。

◎年度計画実施状況

平成１８年度実施の視聴者に対する満足度アンケート結果から得られた、今後取り上げてほしいテーマについて、以下のとおり番組構成に反映した。

平成１９年　７月　どうして？こんにゃく入りゼリーで死亡事故
　　　　　　８月　気になる食品の表示
　　　　　１０月　飲料水について考える
　　　　　１２月　冬場の低温やけどに注意
　　　　　　　　　行事食で食育

平成１９年度においては、上記テーマを含む２６回の番組提供を行っている。

平成１９年度の放送内容一覧は以下のとおり。

	放送日	放　送　内　容
1	平成１９年４月１１日	商品テスト　電動３・４輪車の安全性

2	４月２５日	高年層を狙う「電話勧誘販売」
3	５月１６日	商品テスト　踏み台の安全性
4	５月３０日	製品事故にあったら・・・？
5	６月１３日	それでも入る？「医療保険」
6	６月２７日	血液診断にご注意
7	７月１１日	どうして？こんにゃく入りゼリーで死亡事故
8	７月２５日	ガラス製ティーポットの破損に注意！
9	８月８日	洗濯上手になるために
10	８月１５日	減らない！ペットに関するトラブル！
11	８月２２日	気になる食品の表示
12	９月１２日	商品テスト　通信販売の補聴器等
13	９月２６日	物干し竿の移動販売に注意！
14	１０月１０日	石油ファンヒーターによる室内空気汚染
15	１０月２４日	飲料水について考える
16	１１月１４日	電子レンジを安全に使うために
17	１１月２８日	海外宝くじ－誘いに乗らない！
18	１２月１２日	冬場の低温やけどに注意
19	１２月１９日	行事食で食育
20	平成２０年１月９日	2008 年　私たちのくらしを考える
21	１月１６日	若者の消費者トラブル
22	１月３０日	「自費出版」ほめられても慎重に
23	２月１３日	水まわり修理サービスのトラブル
24	２月２７日	グリルからの火災に注意！
25	３月１２日	名簿は作れない？
26	３月２６日	借金が雪だるま！個品割賦方式の落とし穴

平成１９年度における視聴者に対する満足度アンケート調査は、以下の要領で行った。

○実施時期：平成２０年２月
○実施場所：東京及び福岡
○対象者数：東京４０名、福岡４０名　計８０名
○回 収 率：実際に対面しての調査のため１００％

調査の結果、満足度については５段階評価で「４．７」を得た。
なお、平成１９年度実施のアンケート調査を通じて得られた「今後取り上げてほしいテーマ」は以下のとおりであった。

○子ども（子育て）に関するもの
○食の安全に関するもの

ⅲ．定期出版物等

①「くらしの豆知識」について

－年度計画内容－
「くらしの豆知識」について、適切なテーマ選択と満足度調査実施のため、読者等へのアンケート調査とヒアリングを実施し、読者への満足度アンケート調査において、５段階で４以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要
「くらしの豆知識」は生活にかかわるさまざまな問題をコンパクトにまとめた生活便利冊子で、昭和４７年２月に初刊（１９７３年版）後、毎年

刊行し、平成１９年９月に刊行した２００８年版で３６冊目となった。

◎年度計画実施状況

適切なテーマ選択と読者の満足度を高めるという観点で検討を行った結果、カードや電子マネーなどが急激に普及、すべての年齢層に利用されるようにはなっていることから時宜にかなった情報が必要との判断から「知っておこう！カードとクレジットの危うい関係」を２００８年版の特集テーマとした（各章の内容については、別添資料１３参照）。

また、コンパクトな体裁、多様な内容、読みきりの頁立ては好評なため踏襲し、個々の項目についても「具体的な相談事例が紹介されていると理解しやすい」との意見が得られたので、２００８年版においても相談事例の掲載数を増やした。

平成１９年度における読者等への満足度アンケート調査は、以下の要領で行った（アンケート調査票については別添資料１４を参照）。

○実施時期：平成１９年１２月
○対象者数：３１０名（内訳は以下のとおり）
当センター主催の研修受講者　２００人
一般消費者　１１０人
※「くらしの豆知識」については、「たしかな目」「国民生活」と違って、年１回の発行であり定期購読者がいないため、当センター主催の研修受講者および「くらしの豆知識」を直接購入した一般消費者を対象とした。
○回収方法：返信用封筒による郵送、ファックス送信、インターネット回答専用サイト
○回 収 率：６５．２％（当センター主催の研修受講者　１２１人および一般消費者８１人）

調査の結果、満足度については５段階評価で「４．５」を得た。

今後取り上げてほしいテーマとしては、以下の様なものが多かった。

・契約の基礎知識　　・相談トラブル事例
・税金・年金の知識　・くらしの法律知識

②「国民生活」について

－年度計画内容－
「国民生活」について、内容の充実と満足度調査の実施のため、読者等へのアンケート調査を実施し、読者への満足度アンケート調査において、５段階で４以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要

月刊「国民生活」は、当センターの発足間もない昭和４６年２月に創刊された消費者問題の専門誌である。

主な読者は消費者行政の担当者、消費生活相談員、消費生活専門相談員資格希望者、政策研究者、企業の消費者関連部門の担当者、消費者団体のリーダー等である。

◎年度計画実施状況

内容の充実を図るために平成１８年度に実施した読者等へのアンケート調査結果を内部で検討した結果リニューアルを行い、タイムリーな話題、相談事例や判例情報の充実を希望する声が多かったことから、以下のよう

なテーマの記事を毎号掲載した（年間特集テーマは、別添資料１５参照）。
〇役立つ消費者法講座　　　　　〇判例情報
〇消費者トラブル注意情報　　　〇苦情相談

平成１８年度における定期購読者等への満足度アンケート調査は、以下の要領で行った（アンケート調査票については別添資料１６を参照）。

〇実施時期：平成１９年１２月
〇対象者数：読者ハガキによるアンケート協力承諾者１０８名
　　　　　　平成１９年４月以降に新規定期購読者となった４８名
〇回収方法：返信用封筒による郵送、ファックス送信、メール
〇回 収 率：５５．８％（回答者数８７名）

調査の結果、満足度については５段階評価で「４．５」を得た。

③「たしかな目」について

－年度計画内容－
「たしかな目」について、内容の充実と満足度調査の実施のため、読者等へのアンケート調査を実施し、読者への満足度アンケート調査において、５段階で４以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要
くらしと商品テストの情報誌として、昭和５６年２月に創刊（隔月刊）の後、平成３年１１月からより多くの情報を迅速に提供するために月刊化した。商品テスト情報や苦情相談をもとにした注意情報、消費生活の向上に役立つ情報など、消費者が日常生活を豊かで安全に安心して営むために、判断の材料となる情報を公平・公正に提供し、消費者の自立を支援している。主な読者は、一般消費者、生活協同組合の会員、消費生活相談員、企業のお客様相談室担当者等多岐にわたっている。

◎年度計画実施状況
内容の充実を図るために平成１８年度に実施した定期購読者へのアンケート調査結果等から、消費者からの苦情相談情報、商品テスト情報など当センターの固有情報を中心にという声を踏まえ、平成１９年度においてはマイナーチェンジを行い、以下のようなテーマの記事を毎号掲載した（年間の特集テーマは別添資料１７参照）。

〇悪質商法関連　　　＊暮らし注意報
〇くらしの法律知識　＊くらしの法律相談
〇高齢化社会と福祉　＊介護最前線
〇金融　　　　　　　＊知って備える金融トラブル最前線
〇食品情報　　　　　＊商品ミニ知識

平成１９年度における定期購読者への満足度アンケート調査は、以下の要領で行った（アンケート調査票については 別添資料１８を参照）。
〇実施時期：平成１９年１２月
〇対象者数：定期購読者約４，０００名の５％にあたる２００名
〇回収方法：返信用封筒による郵送、ファックス送信、メール
〇回 収 率：５１．０％（回答者数１０２名）

調査の結果、満足度については５段階評価で「４．６」を得た。

④「消費生活年報２００７」について

消費生活年報は、昭和６３年に創刊されて以来、消費者取引や商品の安全性などに関連する話題、国民生活センターや全国の消費生活センターに寄せられた相談の統計データ、国民生活センターの業務内容など幅広い内容を収録した年次報告書であり、最近の消費者問題の動向、統計データを調べるための情報源として多方面で活用されている。

平成１９年度においても、以下の章立てで編集を行い、平成１９年１０月に発行した（総ページ数２０４ページ）。

Ⅰ．これからの消費者政策の展開
Ⅱ．消費生活相談からみたこの１年
Ⅲ．国民生活センターの主な調査分析・商品テスト結果
Ⅳ．国民生活センターの各種事業
Ⅴ．消費生活関連資料

（３）苦情相談

消費者からの相談は、消費者被害の個々の救済に役立つとともに、消費者が今何で困っているのかを知るための貴重な情報源であり、相談処理業務は、各地の消費生活センターにおける中核業務といえる。

当センターでは消費者から直接寄せられる相談への対応を行いつつ、各地の消費生活センターにおいて適切かつ迅速な相談処理が行われるよう支援することを中期計画に掲げており、平成１９年度においても積極的にその役割を担ってきた。

その結果、平成１９年度に受付けた相談の内、各地消費生活センターから寄せられる「経由相談」の比率は５７．７％となっている。

また、当センター自らが受けた苦情相談の処理についても、消費生活専門相談員を中心に、弁護士や各種専門家の支援を受けつつ、積極的な処理を行い、個々の消費者被害救済に尽力した。これに加え、高度な法的判断を要する事案について消費者苦情処理専門委員会に諮り、審議・検討を加えた結果を情報提供した。

また、平成１９年１０月から１２月にかけて内閣府、各都道府県、国民生活センターの共催で「個人情報保護法に関する説明会・相談会」を全国４７箇所で実施した。各会場において行った、個人情報に関するアンケート結果を「個人情報に関する消費者の意識―個人情報保護法説明会参加者へのアンケート調査結果報告書―」として平成２０年３月に作成・記者公表し、当該報告書を全国の消費生活センターに配布し情報提供を行った。

１）苦情相談

－年度計画内容－
消費生活専門相談員、弁護士、専門技術者等を配置して専門的相談の充実を図り、消費者被害の複雑多様化、国民生活に関連する新たな法律の制定等に適切に対応しつつ、懇切、迅速かつ公正に、あっせん等による苦情相談処理を行う。

◎業務の概要

技術の進歩や社会の発展に伴い、消費者被害は複雑化、多様化するとともに深刻化しており、問題解決のための相談受付と処理が果たす役割は、社会の中において重要なものとなっている。

国民生活に関連する新たな法律の制定等に適切に対応しつつ、複雑さを増す一方の消費者相談に対し、懇切、迅速かつ公正に、あっせん等による処理を行うため、当センターでは、消費生活専門相談員、弁護士、専門技術者等を配置して専門的相談の充実を図っているところである。

また、平成１６年６月に公布・施行された「消費者基本法」には、当センターが、事業者と消費者の間に生じた苦情の処理のあっせんなどにおける中核的

な機関として積極的な役割を果たすものとすると定められていることから、高齢者、障害者、重篤被害などを中心に積極的にあっせんを行っているところである（センターにおける相談処理の流れについては別添資料１９を参照）。

◎年度計画実施状況

平成１９年度における内容分類別の苦情相談件数は、下表の通りであった。

分類内容＼四半期	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	合計
商品一般	51	64	36	44	195
食料品	77	88	69	108	342
住居品	146	141	95	120	502
光熱水品	11	8	11	8	38
被服品	84	93	100	119	396
保健衛生品	75	75	122	77	349
教養娯楽品	234	315	335	302	1,186
車両・乗り物	63	55	52	47	217
土地・建物・設備	44	60	55	62	221
他の商品	4	5	2	2	13
商品小計	789	904	877	889	3,459
クリーニング	20	12	12	6	50
レンタル・リース・貸借	138	104	93	78	413
工事・建築・加工	53	42	46	53	194
修理・補修	14	13	44	23	94
管理・保管	4	4	8	6	22
役務一般	71	51	42	64	228
金融・保険サービス	204	183	169	160	716
運輸・通信サービス	418	392	359	416	1,585
教育サービス	23	17	16	15	71
教養・娯楽サービス	247	278	418	167	1,110
保健・福祉サービス	108	87	106	116	417
他の役務	97	91	65	72	325
内職・副業・相場	152	196	197	142	687
他の行政サービス	8	6	7	6	27
役務小計	1,557	1,476	1,582	1,324	5,939
他の相談	61	45	51	41	198
合　計	2,407	2,425	2,510	2,254	9,596

消費生活相談は多種多様であり、相談の内容も複雑化、高度化、専門化してきている。これらに対応するため、弁護士による法律相談を毎週水曜日（午前）、木曜日（午後）に実施、一級建築士による住宅相談を月２回実施し、自動車専門家による自動車相談を毎月第３火曜日に実施した。

また、あっせん事案については、相談者と相手事業者が同席した上で、双方の主張を整理するなどし、和解に導くことに努めた（別添資料２０参照）。

この結果、平成１９年度における配置日数の合計は、１５８日となり目標の１５０日を上回った。各専門家の配置日数及び主な相談内容例は以下の通り。

○弁護士による法律相談　　　：１２２日

（相談内容例）

①広告料金の10倍以上の請求を受けたトイレ詰まり修理サービス
②儲かると勧められて設置したが赤字続きの自動販売機
③金儲けの情報があると呼び出されて購入した競馬予想ソフト
④乾燥機を使ったらシミがついたコインランドリー
⑤中途退会による返金の約束が守られない学習塾

○一級建築士による住宅相談　　：２４日

（相談内容例）

①新築工事完成後、欠陥が数々判明したのに補修に応じない工務店
②便器と床に隙間ができた杜撰なトイレリフォーム工事
③保証期間が過ぎているからと無償修理を拒否された天窓取替工事
④引っ越し直後から雨漏りがする新築戸建住宅
⑤約束どおり工事されていない上、当初の説明より高額なリフォーム工事

○自動車専門家による自動車相談：１２日

（相談内容例）

①異音や異常振動が修理しても繰り返し発生する自動車
②駐車中に突然破損した車のリアガラス
③高速道路走行中に白煙が上がり、停止後に炎上した自動車
④締まる一方で外せなくなったチャイルドシート固定機能付きのシートベルト
⑤純正品ではないオイルを利用した場合に起きたエンジン故障

現在、相談業務は消費生活専門相談員及び相談調査部職員が対応しており、相談処理が困難な場合や処理にあたって専門的解釈を得たい場合に、弁護士等各専門家に助言を求めている。基本的な消費生活相談であれば、現在でも職員等で対応しており、専門的分野も含め職員の処理能力の向上に努めている。

２）個人情報の取扱いに関する苦情相談

ｉ．個人情報保護法相談データベースの運用

－年度計画内容－
個人情報保護相談データベースを安定的に運用し、センター及び地方センターに寄せられた個人情報に関する苦情相談情報を収集する。

◎業務の概要

平成１６年度より構築作業に着手した個人情報保護法に関する相談情報データベースを運用し、平成１７年度より地方センターにおいて個人情報に係る苦情相談窓口を開設している箇所で受付けた個人情報に関する相談情報を収集・蓄積する。

◎年度計画実施状況

個人情報保護相談データベースシステムについては、平成１７年７月初旬より本格運用を開始しており、平成１９年度においても安定的なシステムの運用に努め、情報収集を円滑に行った。平成１９年度のデータ登録状況は下表のとおり。

	１７年度	１８年度	１９年度
４月	－	９３５	７９２
５月	－	２，１５９	９９１
６月	－	６８１	８１６
７月	５５０	１，４５２	１，４７２
８月	１，２２７	１，２２０	１，８９３
９月	６４０	１，３８１	１，０５３
１０月	１，３３３	１，４７２	１，２８４
１１月	２，３３７	１，２１１	１，３４１

１２月	７４９	１，２４６	１，０１１
１月	１，７９５	９２８	９８４
２月	１，７２６	６０８	１，１２７
３月	１，２０８	７２８	１，４６４
計	１１，５６５	１４，０２１	１４，２２８
平均	１，２８５	１，１６８	１，１８６

ⅱ．個人情報に関する相談受付

－年度計画内容－
個人情報の保護に関する法律の制定や同法第７条に基づく基本方針を踏まえ、苦情相談対応を積極的に行う。

◎業務の概要

平成１７年４月１日、個人情報の保護に関する法律が全面施行され、各地の消費生活センター等に設置された相談窓口で、個人情報に関する苦情相談受付が開始された。国民生活センターにおいても、平成１６年４月に閣議決定された「個人情報の保護に関する基本方針」にある「国民生活センターは、自ら個人情報に関する苦情相談に取り組む」という内容に則り、平成１６年度中に整備した個人情報相談窓口での相談受付を開始し、消費者から寄せられる様々な相談への対応を行うこととなった。

◎年度計画実施状況

国民生活センターにおける個人情報に関する相談受付業務は、平成１６年度内に整備した以下の設備および人員を活用して実施した。

・東京事務所の相談調査部内に新設した個人情報相談窓口スペース

平成１９年度における月別相談受付件数は下表の通り

月	受付件数	月	受付件数
４月	１３０	１０月	１２７
５月	１２６	１１月	１１６
６月	１３８	１２月	１０４
７月	１２９	１月	１１０
８月	１２３	２月	１１４
９月	１１２	３月	１２０
平成１９年度合計　１，４４９件			

平成１９年度受付の相談内容を見ると「自身の個人情報を同意なく第三者に提供されている」といったものが最も多く、次いで多いのが「自身の個人情報を不適正な手段で取得された」「個人情報を漏えい・紛失された」といったものであった。

寄せられた情報については、消費者への普及啓発に資するため、以下の通り適宜取りまとめ、記者説明会を通じて公表した。

- 次々に新手が出てくる「個人情報」を口実にした不当な請求（平成１９年１２月２６日公表）
- 個人情報に関する消費者の意識―個人情報保護法説明会参加者へのアンケート調査結果報告書―（平成２０年３月２４日公表）

消費者からの直接相談に対応するのと同時に、各地の消費生活センター等からの個人情報相談処理に関わる様々な問合せ等に積極的に対応し、各相談窓口での相談対応強化に努めた。

また、平成１９年１０月から１２月にかけて全国４７都道府県で開催された「個人情報保護法に関する説明会・相談会（内閣府と共催）」のうち３１会場において、国民生活センターに寄せられた個人情報関連相談事例の紹介と一般国民が注意すべきこと等について説明を行なった。

３）地方センターの苦情相談処理への支援

ｉ．中核的機関としての役割

－年度計画内容－
経由相談の充実や、消費生活相談緊急情報、製品事故情報の発行などにより、地方センターの苦情相談処理への支援を通じて、その中核的機関としての役割を適切に果たす。

◎業務の概要
各地消費生活センターが行う苦情相談処理への支援や経由相談（各地センターからの苦情相談の移送、各地センターとの共同処理、各地センターへの助言等）の充実、「消費生活相談緊急情報」、「製品関連事故情報」の発行などにより、各地センターを支援し、中核機関としての役割を適切に果たす。

◎年度計画実施状況
①平成１９年度に受付けた相談９，５９６件のうち経由相談は５，５４１件（57.7%）であり、その内、移送事案は３６件、共同処理は４０５件であった。
②「消費生活相談緊急情報」の計１２回発行、「製品関連事故情報」の隔月１回、計6回発行により、各地消費生活センターへの情報提供を行い、苦情相談処理への支援を行った。また「消費生活相談緊急情報」は、毎月電子媒体による配信も行なった。
③製造物責任法による訴訟の情報を収集し、月刊誌「国民生活」を通じ、その情報を提供した。

移送や共同処理を行った案件の内容については、後述の「経由相談受付強化」部分に記載した。
「消費生活相談緊急情報」は、各地の消費生活センターにおいて活用されているものであり、主に、「販売方法、セールストークが非常に悪質である」、「新手の販売形態、セールストークと思われる」、「被害が広域化する恐れがある」、「同種トラブルが発生している」、「業者の対応が悪い」等、相談処理が難航している、といったような相談事例を掲載し、相談窓口での受付・処理を支援している。

平成１９年度「消費生活相談緊急情報」の発行状況

	発行年月	事　　例
1	平成１９年 ４月	・３年たっても納車されなかったバイク ・杜撰な補習対応をする住宅公団 ・無断で作成されたクレジットカード
2	５月	・月々のリース料が安くなると説明されたが負担金が増えた電話機リース契約 ・同意なく信用情報機関を利用した通信販売会社およびクレジットカード会社 ・大学生が儲かると勧誘され、契約した連鎖販売取引
3	６月	・一方的に配当条件・解約条件が変更された出資契約 ・返金の条件を満たしているのに返金されない旅行関連資格講座の返金制度

		・委託先事業者から流失した個人情報
4	７月	・脱毛症でないのに長期の不要な契約を締結させた発毛サービス会社 ・楽天に出店していて、商品を送らず連絡も取れない前払い式通販事業者
5	８月	・授業料の返還に応じてくれない大学 ・エステサロンで契約した薬事法に抵触する健康食品 ・他人のデータが残っている携帯電話の代用機を貸し出してしまった携帯電話会社
6	９月	・市販のフットバスに高額な機械を組み合わせ、足裏からの毒素排出をうたう商法 ・廃業するという貸金業者から届いた債権譲渡の通知文書 ・診断結果を送り間違えた医療機関
7	１０月	・無断契約された上、料金を支払わないと家族で使っている電話を全て止めると言う携帯電話会社 ・高額な料金を請求する配水管の詰り修理業者 ・特定商取引法の中途解約・返品ルールに抵触する可能性がある連鎖販売取引業者
8	１１月	・金融会社から高利率の融資を受けて契約してしまったパソコン内職 ・特定商取引法の改正に伴い廃業予定のロコ・ロンドン金取引業者 ・ＨＰ記載料金の何倍もの金額を請求し、相談者を威圧的な口調で脅かすペット火葬業者
9	１２月	・出会い系サイトの利用料を支払わなかったところ、実家宛に内容証明郵便を送付した決済代行業者 ・学生に借金をさせ、射幸心と金儲けをあおる商法 ・出産後の女性と親しくなり、体型が戻るという補正下着を販売する訪問販売業者
10	平成２０年 １月	・裁判を起こしてきた電話情報サービス運営業者 ・有名芸能人の名前も登場！～占いサイトから誘導された出会い系サイト ・個人情報管理料の支払いを求める執拗な電話
11	２月	・利用した覚えのない航空券代金を請求し、英文の意義申し立て書類を送付したきたクレジットカード会社 ・「これで最後」等と言われ次々と契約したビジネス教材 ・変額個人年金保険の説明が不足しており、適合性の面からも問題のある勧誘を行う証券会社
12	３月	・相手の誘導により購入した出会い系サイト利用料の返金 ・施術前、施術後の写真の開示請求を拒否した発毛サービス会社 ・認知症の高齢者に 4000 万円のアパート建設の契約をさせた業者

平成１９年度「製品関連事故情報」の発行状況

	年月	事　　例
1	平成１９年 ４月	・ベビーカーに１歳 10 ヶ月の子どもが指を挟み切断 ・ベビーカーに９ヶ月の子どもが指を挟み、皮１枚でつながり６針縫うけが ・ガラス製魔法瓶の中瓶が破裂して漏れた熱湯でやけど ・取っ手が取れてやけどをしたやかん、回収決定
2	６月	・いすの高さを調節時に座面が落下して、小指の先を切断 ・圧力鍋のふたが飛び上唇を７針縫い、噴出した蒸気でやけど ・　突然粉々に割れたガラス製の鍋ぶた（１） ・　突然粉々に割れたガラス製の鍋ぶた（２）
3	８月	・ガスコンロを掃除中に手指の神経、腱、動脈を裂傷 ・片手鍋の取っ手が根元で折れて、大腿部に３度の大やけど
4	１０月	・子ども用の炭酸飲料のビンが破裂して父娘がけが

		・ジャンプ式折り畳み傘の手元が左眼を直撃し、瞳孔が開いたままの散瞳（さんどう）に ・浴槽用浮き輪で１歳４ヶ月男児が溺水
5	１２月	・オイルヒーターのパネルのひだに足を挟みやけど ・振動運動ベルトを使用してやけど（１） ・振動運動ベルトを使用してやけど（２）
6	平成２０年２月	・パスタのビンが割れて３針縫うけが ・電磁調理器で調理中に大やけど

これらの提供情報については、各地消費生活センターの相談員や職員から配布後ただちに問合せが相次ぐことや、経由相談を受ける際に必ずといっていいほど引用されることからも十分活用されていることがうかがわれる。

このほか、消費者契約法に関連する判決一覧及び製造物責任法に関連する訴訟一覧をまとめた。

ⅱ．経由相談受付け強化

－年度計画内容－
年度内においては、全相談（個人情報保護に関するものを除く）件数に占める経由相談（個人情報保護に関するものを除く）の比率が５０％以上とする。

◎業務の概要

各地消費生活センターの苦情相談処理への支援を通じて、当センターの中核的機関としての役割を適切に果たす。経由相談について専門的知見を有する職員や消費生活専門相談員の適切な配置を行うとともに、各地消費生活センターからの意向や要望を定期的に調査し、その結果を活用して、より効果的な業務運営を行う。

平成１９年度においては、全相談件数に占める経由相談の比率を５０％以上とすることを目標に業務運営を行った。

◎年度計画実施状況

平成１９年度に受付けた相談９，５９６件のうち、経由相談は５，５４１件（５７．７％）となり、目標の５０％を大きく上回った。

直接相談	経由相談
4,055 件（42.3%）	5,541 件（57.7%）

平成１９年度の経由相談の対応状況は以下の通り。

なお、平成１３年度までは、処理方法の照会に対してアドバイスをすることがほとんどであったが、平成１４年度以降は「共同処理」や「移送」（「処理依頼」）に応じるなど幅広く対応している。

①助言　5,045 件[前年度 3,884]
②共同処理等　405 件[　同　372]
③移送　36 件[　同　7]
④その他（処理中を含む）　55 件[　同　110]

主な事例は、次の通りである。

＜移送＞

事例：

チラシ広告を見て、配水管の詰まりの修理をしたところ、高額な料金を請求された事例

概要：
　自宅の風呂場の配水管が詰まったため、チラシ広告を見た業者を電話して呼んだ。薬剤とラバーカップによる吸引によって詰まりを直してもらったが、6 万円を越える料金を請求された。15 分程度の簡単な作業であったように見え、高額すぎると思うので支払いたくない。(60 歳代　男性)

　＜共同処理＞
事例：
　返金の条件を満たしているので返金を要求したが、認められなかった旅行関連資格講座
概要：
　在宅で仕事をしないかと電話で業者から勧誘され、仕事をするには資格試験講座を受講して添削指導を受け、試験に合格する必要があると説明されて契約した。その際、試験に 5 回続けて不合格だった場合には受講料を返金する制度があるというので、制度を運営する団体に登録料を支払い登録した。添削指導を受け、資格試験を受けたが５回とも不合格だったので返金の請求をしたところ、「他社の申請者に対する調査が終了してから支払う」などと言って返金しない。(30 歳代　女性)

４）消費者苦情処理専門委員会

－年度計画内容－ 　都道府県の苦情処理委員会や地方センター等の苦情処理の推進に資するため、小委員会の更なる活用など委員会運営の創意工夫に努め、年度内に４件以上の情報提供を行う。

◎業務の概要
　同委員会は、当センターが受理した製品関連事故や取引・契約関係の苦情相談で、高度な法的判断を要する事案等について、当センター理事長からの諮問に応じ、公正かつ中立的な立場から助言等を行い、その適正な解決を図ることを目的に設置されている。専門委員会では、事案ごとに小委員会を設け、助言等を行っている。

◎年度計画実施状況
　内部の諮問候補の検討会議を経て、論点整理、関連判例の収集等を行い、以下４テーマについて、それぞれ小委員会を開催した。

◆観劇チケットをインターネットオークションで落札したが、出品者から送付されたチケットが偽造であったため、オークション運営会社の補償規定に基づき補償を申請したが、補償対象外とされたトラブル
（小委員会開催数：３回）
◆住宅ローン借り換えに伴う団体信用生命保険の加入時に、病歴等を告知しなかったため、被保険者の死亡に際し、告知義務違反により保険金が支払われないトラブル
（小委員会開催数：３回）
◆ショッピングセンター内の多目的トイレに設置されたオムツ交換台から乳児が転落し負傷した事故
（小委員会開催数：２回）
◆消費者が、事業者との通話内容を録音され、録音を消去してほしいと求めたが、事業者に断られたトラブル
（小委員会開催数：３回）

　上記４テーマについて、その結果を取りまとめたものを、各地の消費生活センター及び苦情処理委員会等に対して情報提供を行った。

当該４テーマの概要等は以下の通り。

1. 観劇チケットをインターネットオークションで落札したが、出品者から送付されたチケットが偽造であったため、オークション運営会社の補償規定に基づき補償を申請したが、補償対象外とされたトラブル
公表日：平成 19 年 10 月 5 日
概要：
（相談内容）
相談者（以下「Ｘ」という。）が観たいと思っていた公演のチケットが購入できなかったが、そのチケットがインターネットオークションに出品されていたので、Ｓ席２枚を 17 万 3000 円で落札した。送金後に届いたチケットを見て不審に思い、チケットの発行元に真贋を確かめたら偽物だといわれた。
Ｘが、警察に被害届を提出し、警察にて出品者が指定した振込先の銀行口座を調べてもらったところ、事件性があるとして被害届が受理された。
インターネットオークションサイトの運営会社（以下「Ｙ社」という。）に対し、Ｘから補償規定に基づいて補償して欲しいとメールで申し出たが、「補償の対象外である」との回答であり納得できない。
（40 歳代　女性　家事従事者）
（小委員会の結論）
本件におけるＹ社の「補償規定」を精査した結論としては、Ｙ社が同規定に基づき補償を行わないとする判断に合理性を見出すことはできず、詐欺にあったＸに対して、同規定による補償、具体的には、13 万 8400 円を支払うべきである。
なお、小委員会ではＹ社から事情を聴取したが、本件でＸに補償しない根拠についてのＹ社の説明は変遷しており、変遷した理由についての合理的な説明はなく、補償規定自体が不明確で難解であることと相俟って、Ｙ社の対応が不適切であったと小委員会は判断した。
同規定の書き振りは、法律専門家にとっても理解し難いものと言える。消費者基本法（5 条 1 項 2 号）や消費者契約法（3 条 1 項）を挙げるまでもなく、事業者は消費者に対して「明確かつ平易」に情報提供しなければならない。Ｙ社に対しては、同規定の改善を望みたい。

2. 住宅ローン借り換えに伴う団体信用生命保険の加入時に、病歴等を告知しなかったため、被保険者の死亡に際し、告知義務違反により保険金が支払われないトラブル
公表日：平成 19 年 10 月 5 日
概要：
（相談内容）
平成 11 年にマンションを購入し、住宅金融公庫から住宅ローンを借り入れ、返済してきた。
平成 17 年に、Ａ銀行（地方銀行）の行員から住宅ローンの借り換えを勧められた。あまりに何度も勧誘があったため「しつこい」と夫が怒ることもあり、ずっと断ってきた。しかし、夫の勤務先と私の勤務先がＡ銀行と同じビルにあり、最後は断りきれず、同年 10 月、Ａ銀行の窓口で借り換えの契約を行った。その際、行員の指示に従って、いくつもの書類に署名・捺印をした。そのなかに保険契約書（告知書）もあった。夫は前月（9 月）から肝硬変で通院、投薬治療を受けていたが、夫も私も保険加入時の「告知義務」について重要であるとの認識がなかったので、告知書に病歴を記入しなかった。
翌年（平成 18 年）5 月、夫が食道静脈瘤出血、肝硬変で死亡した。その後、保険会社（Ｂ生命保険会社）が調査をし、告知義務違反があったとして、銀行への保険金の支払いを拒否した。その結果、今後も住宅ローンを支払い続けることになった。
友人から、もし借り換えをしていなければ最初の借り入れ時に加入してい

た団体信用生命保険から保険金が支払われたのではないかと言われた。また、借り換え時に行員は「利率がよい」「保険料の負担はない」などとメリットばかりを説明し、借り換えに伴うデメリット（告知が重要なこと、告知義務違反をすると保険金が支払われないこと、借り換えをすれば最初の借り入れの際の団体信用生命保険は脱退となり、その後の保障は受けられないことなど）に関する説明はまったくなかった。

借り換えのデメリットについて説明があれば、借り換えはしなかった。銀行にはこうした説明をする責任はないのか。

（債務者・被保険者：50 歳代（死亡時）男性、相談者：男性の妻、50 歳代）

（小委員会の結論）

住宅ローンを与信する金融機関（本件ではＡ銀行）は、①借り換えにより、団体信用生命保険が新たな契約になり、前回の保険が失効すること、および、②借り換え時の健康状態によっては新たな団体信用生命保険契約は締結されない可能性があること、③新たな団体信用生命保険の加入に際して告知義務違反があると保険の利益を享受できなくなるリスクがあることについて説明義務を負う。また、金融機関と一体となって団体信用生命保険の運用を行っている保険会社も、金融機関と共同して、この説明のための適切な書面作成など、共同して金融機関による説明を助けるべき義務を負うと考えるべきである。

このような考え方を前提とすれば、Ａ銀行ないし保険会社の説明義務違反により消費者は保険金相当額の損害を被ったことになるから、消費者は保険金相当額の損害の賠償を請求できる。すなわち、前回のローンがそのままであれば、今回の被保険者の死亡があっても、ローンが保険により完済しえたという利益を失わせたという損害を与えたことになるため、不法行為ないし契約締結上の過失を理由に損害賠償請求することができる。ただし、この損害賠償が認められるとしても、消費者も病歴について告知義務違反をしているから、相当額の過失相殺がなされるべきである。

3. ショッピングセンター内の多目的トイレに設置されたオムツ交換台から乳児が転落し負傷した事故

公表日：平成 20 年 2 月 5 日

概要：

（相談内容）

ショッピングセンター内の多目的トイレの中に設置されているオムツ交換台に、生後 4 ヶ月の乳児を寝かせ安全ベルトを締めた上でオムツを取り替えた。その後、母親がトイレを使用し、洗面台で手を洗っている間に子どもが転落し、頭蓋骨を骨折した。

オムツ交換台のメーカーに苦情を伝えたところ、「この製品はオムツ替えを目的に開発された製品であり、お子さまから目を離さないことが前提です。ベルトも横ずれを防止するためのものであって、赤ちゃんを保持することが目的ではありません。製品のご使用時の注意として製品に『お子さまをのこして、絶対に離れないでください』と警告表示もしております。本製品自体の安全性につきましては特に異常が認められない事を確認しております」との見解が示された。

メーカーでは過去に同型品による 4 件の同種事故を把握していたにもかかわらず、今まで何も対策を取っていなかったことに怒りを感じる。

（事故年月日：平成 19 年 6 月 26 日）

（相談者：20 歳代　男性 自営・自由業、当事者：0 歳 4 ヶ月 男児）

（小委員会の結論）

本件オムツ交換台には少なくとも指示・警告上の欠陥があったものといえるから本件メーカーには製造物責任法上の責任があったということができる。なお、より安全な設計の観点から、設計上の欠陥が認められる可能性も

あり、また、同型製品での同種事故の発生を把握していたことから、民法 709 条の不法行為責任が認められる可能性もある。
さらに、本件オムツ交換台設置者は、民法 717 条 1 項の土地の工作物責任が認められる可能性がある。

4. 消費者が、事業者との通話内容を録音され、録音を消去してほしいと求めたが、事業者に断られたトラブル
公表日：平成 20 年 5 月 8 日
概要：
（相談内容）
メーカーのお客様相談室に保証期間の確認などのため電話をかけた。その際冒頭で「通話内容を録音します」とのメッセージが流れたので録音されることが分かった。その後、担当者から折り返し電話があったが、その時は、事前に「通話内容を録音します」といったメッセージは流れず、話が終わった後に担当者から、「今の会話内容を録音させていただきました」と告げられた。直ちに録音の消去を求め苦情を申し入れたが、「消去はできません」と断られた。一度受話器を置いたが、納得できず、再度電話をかけて消去を求めたところ、「消去はいたしますが、運転免許証などの本人確認書類の提出をお願いします」と、新たな条件を提示された。
事前に録音することを告げないのは、個人情報保護法上問題ではないのか。また、事業者には、録音の消去に応じる義務はないのか。
録音の消去のために新たな個人情報の提出を求められることにも納得がいかないし、消費者側に「録音されない」という選択肢がなく、録音されたくなければ問い合わせができない状況も問題である。
（40 歳代 女性 給与生活者）
（小委員会の結論）
事業者のお客様相談室が顧客との通話を事前の同意なく録音する行為は、個人情報保護法の適用という観点からは、必ずしも個人情報の不正な取得（法 17 条）には当たらず、また利用目的の通知義務等（法 18 条）に直ちに違反するものとはいえない。
しかし通話を無断で録音することは、個別事情によっては個人の人格権侵害として違法性を帯びる可能性があること、顧客にとって不意打ち的な行為として不信感を持つ可能性があることを踏まえ、事業者が顧客の信頼を確保する対応のあり方としては、書面による直接取得における利用目的の事前明示（法 18 条 2 項）に準じた取り扱いが望まれる。
事業者が本人から通話録音データの開示を求められた場合、それが保有個人データに該当するときは、開示義務を負う。開示の方法としては、当該本人との通話録音部分をダビングする方法が考えられる。

なお、平成１９年度の消費者苦情処理専門委員会の運営については、総会開催した。小委員会が扱った４本の事案について、各小委員会委員長から報告を行なった。

５）苦情処理・紛争解決に関する総合的窓口機能の整備

－年度計画内容－ 引き続きホームページのＡＤＲ機関情報専用コーナーの内容充実を図る。

◎業務の概要
平成１６年１２月に公布された「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律」では、民間事業者の行うＡＤＲの認証制度が導入され、ＡＤＲの充実が図られることとなった。当センターは、消費者問題に係るＡＤＲに関する総合的窓口機能及び苦情処理・紛争解決に関する各種情報の総合的な情報提供機能

を発揮することが期待されており、当センターのホームページにおいてＡＤＲに関する情報をコーナーとしてまとめ、わかりやすく提供してきた。さらにコーナー内にＡＤＲ機関等とのリンク集を整備することによって、総合的窓口機能の整備に努めてきたが、今年度も引き続き、この内容の充実を図った。

◎年度計画実施状況

平成１９年度においては、当センターホームページ内のＡＤＲコーナー内に、新たに、「地方公共団体のあっせん事案と国民生活センターの法的検討事案」の記事を掲載した。また、地方公共団体の消費生活条例・消費者被害救済委員会等のリンク集を追加した。

（4）関係機関への情報提供

当センターでは、一般消費者に向けた情報提供に加え、各地の消費生活センターや行政への情報提供も行っている。この情報提供活動は、直接的ではないものの、間接的には消費者の利益に資するため、一般消費者向けの情報提供と同様重要視している。また、行政機関向けの情報提供については、法改正や行政処分等の法運用に繋がるため、その重要性は高い。なお、消費生活センターとは、毎年４月に開催する「全国消費生活センター所長会議」と、全国７ブロックで開催される「ブロック別消費生活センター所長会議」を通じ、消費者被害対応や連携関係のあり方等について積極的に情報交換を行っている。

各地の消費生活センター向けに提供される情報の主たるものとして「消費生活相談緊急情報」等の他「ＰＩＯ－ＮＥＴ通信」があり、この情報を通じてＰＩＯ－ＮＥＴシステム運営の円滑化や情報の精度向上を図っている。これらの情報については、より迅速に情報提供する必要があるため、電子的配信の仕組みとして「ＰＩＯ－ＮＥＴ消費生活相談フォーラム」を運営している。

また、各種消費者団体や、業界の健全化を目的に設置された各種事業者団体との交流も深めており、当センターが収集した情報と各団体が持つ情報を交換し、互いに活用することで消費者保護の相乗効果を図っている。なお、平成１６年１０月に開設した「くらしの情報交流プラザ」では、既に交流のある各種団体に加え、増えつつあるＮＰＯとの交流を促進するための「くらしの情報交流プラザ☆さろん」を定期的に開催した。

１）地方センターへの情報提供

ｉ.「ＰＩＯ－ＮＥＴ通信」の発行

－年度計画内容－ 地方センターにおけるＰＩＯ－ＮＥＴの安定的な運営に資するため、ＰＩＯ－ＮＥＴ運営に関する情報を掲載した「ＰＩＯ－ＮＥＴ通信」を月１回作成し、地方センターに提供する。

◎業務の概要

ＰＩＯ－ＮＥＴ情報の収集にあたっては、相談カードの精度維持が重要であるが、そのためには各地消費生活センターの相談員が相談カードの記載方法やキーワード付与にあたって、できるだけ同質のレベルを維持する必要がある。年１２回発行しているＰＩＯ－ＮＥＴ通信では、相談カードの書き方、分類の仕方、キーワードのふり方等について、間違いの多い項目、新たに決めた事項、相談員からの質問が多く寄せられる事項など、その時々に必要な情報を掲載している他、またＰＩＯ－ＮＥＴに関する種々の連絡事項も提供している。

◎年度計画実施状況

毎月１回ＰＩＯ－ＮＥＴ通信を発行し、データの精度の向上を図った。平成

１９年度には以下の４６テーマを取り上げた。

平成19年4月	消費者契約法関連項目の記入について
	拡大損害、内容別分類の「01安全・衛生」について
	チェーンメールの分類について
	チェーンメールの分類の修正
	消費生活相談情報「全国版」の検索利用時間について
	消費生活相談情報「全国版」の検索利用年度について
	キーワード、記載要領のお問合せ受付時間について
5月	特性キーワードの「インターネット」の付与を忘れずにお願いします
	出会い系サイトに関する相談は、商品・役務名に「出会い系サイト」と記入してください
	消費生活相談情報「全国版」の更新処理の停止について
6月	成分キーワード「ゲルマニウム」の付与を忘れずにお願いします
	クレジットカードによる支払いのマークに注意してください
7月	クレジットカードの決済代行業者は他業者欄に記入してください
	商品・役務名欄の書き方について
	廃止した商品別分類・商品キーワードのデータ修正について
	重複している内容等キーワードのデータ修正について
8月	危害・危険情報のマーク漏れにご注意ください
	「件名」欄は、情報開示を視野に入れて、記入してください
	事業者名キーワード付与ルールの徹底を
	事業者名キーワードに登録されている拗音等のデータ修正について
9月	「エコキュート」の記載方法について
	「エコウィル」の記載方法について
	エスカレーターに関する相談の商品キーワードについて
	エスカレーターに関する相談のデータ修正について
10月	職業欄の「2　自営・自由業」と「9　企業・団体」について
	個人間の借金の相談は、「3　借金契約」にしないで下さい
11月	「士商法」の付与は、資格そのものに関する嘘があった時だけです
	自費出版、共同出版に関する相談のカードの記載について
	自費出版・共同出版に関する相談のカードのデータ修正について
	即時入力システムの事業者名の参照ボタンについて
12月	リース契約のリース会社は「信用供与者」に記入して下さい
	何かに便乗する販売方法には「便乗商法」を付与して下さい
	セキュリティソフトに関する相談カードの記載について
	「死亡・重篤」情報をFAX送信する場合は、その後必ず速やかにデータ送信して下さい
平成20年1月	商品等の代金を自分でサラ金から借りて支払う場合は「3　借金契約」ではありません
	「スカパー！」を提供する事業者の事業者名キーワードについて
	事業者名キーワードの中の（カブ）（ユウ）（ユ）を修正します
2月	危害・危険情報の修正について
	外国名キーワードを忘れずに付与して下さい
	既支払額しかわからない場合でも、必ず契約購入金額も記入して下さい
	金額欄の桁の記入間違いにご注意下さい
	自費出版・共同出版に関する相談のデータ修正について
3月	危害・危険情報の商品名や型式等ブランド欄は詳細に
	振り込め詐欺の相談の商品別分類等について
	少額短期保険業者が扱う保険の商品キーワードについて
	外国名キーワード「中国」の修正について

ⅱ．地方センターへの情報電子配信

－年度計画内容－
　引き続き地方センター向けの電子的な事務連絡、情報提供、情報交換を安定的に行い、業務運営の迅速化、効率化に資する。

◎業務の概要
　「消費生活相談フォーラム」を活用し、相談業務支援のための情報の電子配信や地方センターとの事務連絡、情報提供、情報交換を行う。

◎年度計画実施状況
　「内閣府からのお知らせコーナー」「消費生活センター一覧」「国民生活センター主催研修情報」を新設し、情報の拡充を図った。また、各地センターに対するアンケート調査の実施に際して、「消費生活相談フォーラム」上でアンケートの回答を回収できるようにし、業務の効率化を図った。

２）行政機関等との情報交流

ⅰ．行政機関からのＰＩＯ－ＮＥＴ情報提供依頼への対応

－年度計画内容－
　行政機関からのＰＩＯ－ＮＥＴ情報に関する情報提供依頼に積極的に対応する。

◎業務の概要
　各省庁では、各々で所管する法律に基づき、消費者と事業者間で適正な取引が行われるよう、法執行が行われている。そのような活動を行う際、当センターが運営するＰＩＯ－ＮＥＴに登録された消費者相談情報が役立つことから、ＰＩＯ－ＮＥＴデータを各省庁の要請に応じ、積極的に提供することで、消費者被害の未然防止、拡大防止に資することとしている。

◎年度計画実施状況
　平成１９年度は下表の通り依頼があり、回答した。

	国会	内閣府	経済産業省	その他省庁	合計
計	２０６件	１４３件	１，４２７件	１，０５４件	２，８３０件

　なお、平成１５年度から平成１８年度の対応状況は下表の通り。

	国会	内閣府	経済産業省	その他省庁	合計
平成１５年度	１件	７３件	４４１件	１２３件	６３８件
平成１６年度	９３件	１２６件	３０３件	１０３件	６２５件
平成１７年度	５４件	１００件	３７８件	１０２件	６３４件
平成１８年度	８３件	２０３件	１，９４２件	８６６件	３，０９４件

　死亡・重篤事故に係る危害情報については、平成１８年９月より国民生活センターから自主的に内閣府を通じて関係省庁に情報提供を行っている。特に平成１９年１０月からは、死亡事故（１０日毎に提供）、重篤事故（３０日毎に提供）を、毎週提供し、業務共有の迅速性を高めた。実績は下表のとおり。

月	提供件数	
	死亡事故	重篤事故
平成１９年４月	３	５７
５月	５	５６
６月	８	５６
７月	４	１４５
８月	１７	１２０
９月	１２	１００
１０月	８	７４
１１月	２	７４
１２月	１０	７２
平成２０年１月	２２	７０
２月	３３	８５
３月	１２	１２４
合計	１３６	４４１

※死亡、重篤ともに平成２０年４月６日登録分まで。

（参考）その他にも、政府・審議会・政党等からの要請に応じ、以下の対応を行った。

01 総務省　消費者支援連絡会
対応日：平成１９年４月１０日
対応者：相談調査部長

02 総務省　迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会
対応日：平成１９年７月２４日
対応者：相談調査部長、相談調査部員

03 総務省　迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会
対応日：平成１９年８月２２日
対応者：相談調査部長、相談調査部員

04 総務省　電気通信消費者行政連絡会
対応日：平成１９年９月１１日
対応者：相談調査部長、相談調査部員

05 総務省　迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会
対応日：平成１９年９月２７日
対応者：相談調査部長、相談調査部員

06 総務省　迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会
対応日：平成１９年１０月１６日
対応者：相談調査部長、相談調査部員

07 金融庁　集団投資スキーム連絡協議会
対応日：平成１９年１２月４日
対応者：相談調査部長

ⅱ．法令に基づく情報照会への対応

－年度計画内容－
法令に基づく裁判所、警察、弁護士会からの照会について、ＰＩＯ－ＮＥＴ

情報や相談処理を行う中で把握した情報を活用して対応する。

◎業務の概要

センター宛の法令に基づく情報照会には、主に以下の３つがある。

①警　察：刑事訴訟法第１９７条第２項による照会（捜査関係事項照会書）
②裁判所：民事訴訟法第１８６条による照会（調査嘱託）
③弁護士：弁護士法第２３条の２による照会

警察からの照会については、悪質業者の逮捕・摘発を行うための捜査における参考資料として、また、裁判所・弁護士会からの照会については、消費者問題関連裁判の参考資料として活用するために行われるものである。

当センターがこれら法令に基づく情報照会に対応することは、間接的に消費者利益の擁護に繋がっている。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は、３６９件の照会があり、その全てに適切な対応を行った。
内訳は、弁護士会２０９件、警察１４０件、裁判所２０件である。
なお、平成１５年度以降の各年度の実績との比較は下表の通りである：

	１５年度	１６年度	１７年度	１８年度	１９年度
弁護士会	１０１	１１８	２０６	２０９	２０９
警察	５４	７２	９４	１４２	１４０
裁判所	１１	１３	１４	２１	２０

ⅲ．消費者契約法に基づく適格消費者団体からの照会への対応

－年度計画内容－
消費者契約法に基づく適格消費者団体からの照会への対応を開始する。

◎業務の概要

平成１９年８月以降、消費者契約法に基づく適格消費者団体が認定されており、同法４０条に基づいて、適格消費者団体からの情報提供申請への対応を開始した。適格消費者団体が差止請求権を適切に行使するために必要な限度において、当該団体の求めに応じて消費生活相談に関する情報を提供している。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は２団体から情報提供申請が寄せられ、計１６件の情報提供を行った。

３）消費者団体、事業者団体、ＮＰＯ等との情報交換

ｉ．全国消費者フォーラムの開催

－年度計画内容－
全国消費者フォーラムを開催し、参加者から５段階評価で４以上の満足度の評価を得るよう実施する。

◎業務の概要

全国消費者フォーラムは、各地で活躍する消費者団体等の活動内容を全国的に紹介する目的で平成６年度にスタートした。同フォーラムは、地域の消費者団体等の実践活動をより多くの消費者、消費者団体等に周知し、参加者間の情報交換を通じて、団体の活動及び団体間の連携をさらに充実する機会

となっている。同フォーラムは公開講座と分科会の二つで構成しており、各分科会では、毎年約４０の団体が、それぞれの活動について発表している。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は、「安全・安心なくらしをどう創るか－消費者・行政・事業者の連携を考える－」をテーマに、平成１９年１２月に開催した。参加者は、募集人数６５０人に対し延べ６２５人であった。参加状況は以下のとおり。

午前の部（講演）参加者４７９人
（一般３５１人、発表関係者１１３人、招待・報道関係者１５人）
午後の部（分科会）参加者６１１人
（一般４０７人、発表関係者１８０人、招待・報道関係者２４人）

今回は、午前に講演「失敗学のすすめ」が行われ、午後は７つの分科会に分かれ４８グループが活動報告を行った（分科会の内容については別添資料２１を参照）。

参加者にアンケート調査を行った結果、５段階評価（非常に良かった　良かった、どちらともいえない、良くなかった、全く良くなかった）で４．７の評価だった。なお、同アンケートで来年度参加の意向を尋ねたところ６６％の人が参加希望との回答であった。

消費者フォーラムは一般の方々を対象としたイベントであり、消費者団体・マスコミ・学生・消費者等幅広い人たちから関心が高い。話題性のあるテーマをその都度取り上げ、著名な講師を選定するなどして、参加者数増を図っている。

なお、募集人数は、前年度の実績と研修会場の広さ等を考慮して設定している。

ⅱ．事業者団体等との意見交換

－年度計画内容－ 平成１９年度内に、４以上の事業者団体等と定期的な意見交換会を開催する。

◎業務の概要

国民生活センターが消費者問題を扱う団体と交流を持ち、意見を交換することは、相談処理をはじめ、国民生活センターの様々な業務にとって重要な情報源となる。消費者団体との定期的な懇談会は、日頃から活発に活動している消費団体との交流を深め、意見交換から得た情報を業務の運営に反映させることを目的として開催している。

また、事業者が組織する業界団体とも定期的に懇談会を開催し、消費者問題の解決に役立てている。

◎年度計画実施状況

平成１９年度においては、消費者団体、事業者団体との懇談会を６回実施した。各懇談会の概要は以下のとおり。

①消費者団体との懇談会（平成１９年１０月２２日）（8 団体参加）
参加団体：主婦連合会、日本消費者協会、全国消費者団体連絡会、日本消費者連盟、全国地域婦人団体連絡協議会、日本生活協同組合連合会、東京都地域消費者団体連絡会、消費科学連合会
②（社）日本広告審査機構(JARO)との懇談会（平成１９年１２月１０日）
③（社）日本訪問販売協会との懇談会（平成２０年1月３１日）
④（社）日本通信販売協会との懇談会（平成２０年2月１３日）
⑤（社）日本損害保険協会との懇談会（平成２０年2月１８日）

⑥（社）生命保険協会との懇談会（平成２０年２月２９日）

ⅲ.「くらしの情報交流プラザ」の活用

－年度計画内容－ 消費者団体やＮＰＯが活動や交流のために利用できる場所となる「くらしの情報交流プラザ」で、“くらしの情報交流プラザ☆さろん”を、東京事務所の耐震補強工事期間中を除き、毎月１回開催する。

◎業務の概要

「くらしの情報交流プラザ」は、生活問題・消費者問題に取り組んでいるＮＰＯ（特定非営利活動法人)、消費者関連団体を中心とした幅広い人々、団体の情報交流、ネットワークづくりを目的として、平成１６年１０月１日に、当センター東京事務所３階に開設した。東京事務所の耐震補強工事に伴い、平成１９年９月から休室している。

◎年度計画実施状況

「くらしの情報交流プラザ☆さろん」については、平成１６年１１月１０日に開催された第１回を皮切りに、毎月１回のペースで開催し、平成１９年度においては計５回開催した。

第30回　参加人数：３８人
開催日　：平成１９年４月１１日
(テーマ)
シリーズ「消費者教育」
寸劇・ロールプレイのためのシナリオ作り－消費者教育のプロの技ⅢI
(スピーカー)
（財）消費者教育支援センター主任研究員

第31回　参加人数：５０人
開催日　：平成１９年５月９日
(テーマ)
「消費者月間に消費者問題の王道を考えよう」
ジャーナリストが見た「製品事故」－なぜ製品事故は続くのか
(スピーカー)
ニッポン消費者新聞　編集長

第32回　参加人数：４１人
開催日　：平成１９年６月１３日
(テーマ)
あふれる健康情報を見抜く－その情報、信じられる？
(スピーカー)
独立行政法人国立健康・栄養研究所情報センター
健康食品情報プロジェクトリーダー

第33回　参加人数：４６人
開催日　：平成１９年７月１１日
(テーマ)
金融広告のホンネ－広告・宣伝を読み解くテクニック
(スピーカー)
南山大学経済学部准教授

第34回　参加人数：３０人

開催日　：平成１９年８月８日
（テーマ）
シリーズ「情報発信」
活動に役立つインターネット活用術－ＩＴで情報発信
（スピーカー）
ＮＰＯ法人市民コンピュータコミュニケーション研究会（ＪＣＡＦＥ）代表

テーマごとに参加者を募るが、ＮＰＯ、消費者団体、企業、教員、消費者、学生等幅広い立場の人たちが参加した。
平成１９年度は、耐震工事中の長期休館が決まっていたため、今までに行った中で好評だったテーマ・手法（情報発信や参加型の手法）の集大成になるものを中心に行った。
また、消費者月間には、今年のテーマ、「みんなで築こう　身近な安全・安心」にふさわしいテーマ（製品事故）を扱い、多くの参加者があった。消費者運動家や企業関係者が一同に集い「製品事故」について考えるという、国民生活センターで行う「さろん」にふさわしいものとなった。
「くらしの情報交流プラザ☆さろん」の開催内容については、当センター発行の月刊「国民生活」「たしかな目」でレポートするとともに、「くらしの情報交流プラザ通信」を作成し定例記者説明会で配布した。また、国民生活センターホームページでは、参加者の声もあわせて公表した。

（５）研修

当センターでは、主に次の１)～５)を対象に各種研修を行っている。

１）地方公共団体の職員
２）地方公共団体等の消費生活相談員
３）消費者団体の会員等
４）企業の消費者対応部門の職員等
５）小学校、中学校、高等学校の教員等

上記のうち、各学校の教員等については、教育現場における消費者教育の重要性から、平成１５年度より新たに対象として加えたものである。
各種研修の実施にあたっては、相模原事務所にある研修施設で行う他、地方からの要望を踏まえ、３分の１以上を地方都市において実施することとしている。こうした取組みを通じて、全国に展開する消費生活センターで各種業務に従事する方々の活動を支援することにより、最終的には消費者の利益擁護につながるものと考えている。
また、効果的な研修を実施するため、各研修の受講者に対するアンケート調査を行っている。平成１９年度においては、以下に示した５段階評価(役立つと思う、多分役立つと思う、どちらともいえない、多分役立たないと思う、全く役立たないと思う）の総平均が「４．７」となっている。
募集人数は、前年度の実績と研修会場の広さ・地域等を考慮して設定している。実参加者数が募集人数を大幅に上回った場合は、講座開催主旨を損なわない範囲において会場変更等の柔軟な対応で参加者の希望を最大限受け入れることとしている。
なお、研修業務は教育研修部が実施・運営しているが、ＰＩＯ－ＮＥＴ端末機設置センターの職員を対象にしたシステム関連の研修は、情報分析部が実施している。

１）研修

ｉ．地方公共団体職員を対象とした研修

－年度計画内容－
　地方公共団体の職員及び消費生活相談員を対象とする研修を６コース実施する。

◎業務の概要
　当センターでは、発足時（昭和４５年）から地方公共団体職員を対象とする研修の開設準備に着手し、翌年度（昭和４６年）から開講した。
　当時は、消費者行政の歴史がまだ浅く、都道府県において消費生活センターの開設が相次ぐなか、消費者行政を担う職員の育成が急務となっていた。それ以降、消費者行政を担う職員の研修を当センターにおいてわが国で唯一実施し、現在は、主に新任の消費者行政担当職員・管理職にとって実践に役立つ講座を開設している。
　担当職員・管理職は、直接相談業務に携わるよりも、消費者被害の未然防止のための施策を企画・立案する業務を担当する場合が多いため、「職員講座」「管理職講座」のカリキュラムは、施策の企画・立案に役立つことを念頭に組み立てている。平成９年度から開始した「講師養成講座」は、消費者行政担当職員が、被害の未然防止のために一般消費者へ直接講義を行う際に活用するための話法や教材作成などの技法を学ぶことを目的に開講している。

◎年度計画実施状況
　平成１９年度は計画どおり、下記の６コースを実施した（地方都市開催１コース)。

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果
職員講座（第１回)	5月	3日間	相模原	50人	67人	134%	4.7
職員講座（第２回)	6月	3日間	相模原	50人	72人	144%	4.8
管理職講座	9月	2日間	相模原	50人	48人	96%	4.7
講師養成セミナー（第１回)	10月	3日間	相模原	40人	38人	95%	4.8
講師養成セミナー（第２回)	11月	3日間	大阪	40人	40人	100%	4.8
講師養成セミナー（第３回)	12月	3日間	相模原	40人	41人	103%	4.8

※合計募集人数：２７０人
※合計実受講者数：３０６人
※平均参加割合：１１３％
※地方都市開催数：１回（１６．６％）
※アンケート調査結果平均：４．８

各講座の開催概要は以下のとおり。
①職員講座
　２回とも共通のカリキュラム、「国における消費者政策の概要」、「自治体における消費者行政の現状と課題」「消費生活相談に必要な法律知識」、「消費者被害未然防止への取り組み」、「消費者行政に期待すること」で開催し、講義、グループ別討議、討議結果発表、全体討議などにより各々３日間にわたり実施した。
②管理職講座
「国における消費者政策の概要」、「多重債務問題改善に向けて」、「消費生

活相談に必要な契約の基礎知識」、「効果的な消費者行政の推進のために」について講義、グループ別討議、報告、討議結果発表、全体討議などにより２日間にわたり実施した。

③講師養成セミナー

「聞き手をひきつける話法」、「講義の展開法と法律知識」、「講師のためのユーモア学入門」、「講義の実演と講評」、「聞き手をひきつける講義のシナリオづくり」について講義、情報交換、グループ別実習、発表、実演、講評などにより３日間にわたり３回実施した。

ⅱ．地方公共団体等の消費生活相談員を対象とした研修

－年度計画内容－
地方公共団体等の消費生活相談員を対象とする研修を１３コース実施する。

◎業務の概要

昭和４６年に地方公共団体職員を対象とした研修を開講。その後、消費生活センターで消費者から直接相談を受ける消費生活相談員を対象とした研修の需要が高まり、２年後の昭和４８年度に「消費生活相談員研修専門・事例講座」を実施した。当講座は、食、衣、住生活、契約などのテーマを設定し、関係法令の解説、相談事例の検討などを中心にカリキュラムを組み、実践に役立つ講座であった。その後、消費者から寄せられる相談は、複雑化・多様化し、悪質商法は次第に巧妙化、脱法化してよりトラブルの解決が困難になってきた。こうした事態に対応し、消費者被害の迅速な救済を図るため、また、消費生活相談員としての社会的役割の自覚を促し、更なる活躍を期待するためには、全国の消費生活相談員が一堂に会しての研修・情報交換が必要不可欠となっている。

昭和４９年度からは、新たに採用された消費生活相談員を対象に消費者問題の基礎から学んでもらうために「消費生活相談員養成講座」をスタートした。昭和５５年度から、一般消費者で消費生活相談員を目指す人も受講対象とし、修了後は消費生活センターで相談対応にあたっている。

「相談カード作成セミナー」は、消費生活相談員としての基礎的な業務である「相談カード」のパソコン入力技法を学ぶための講座で、講義は当センターの担当者が担っている。

以上のように消費生活相談員研修は、法律の制定や改正の動向を見据えるとともに、相談現場にいる消費生活相談員の声を聴取し、より研修成果が上がるようカリキュラムを策定して実施している。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は計画どおり下記の１３コースを実施した。

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果
消費生活相談員養成講座（第１期）	7月	3週間	相模原	50人	51人	102%	5.0
消費生活相談員養成講座（第２期）	8月	2週間	相模原	50人	49人	98%	4.9
専門・事例３日コース（第１回）	6月	3日間	相模原	70人	117人	167%	4.8
専門・事例３日コース（第２回）	9月	3日間	相模原	70人	149人	213%	4.8
専門・事例３日コース（第３回）	10月	3日間	相模原	70人	150人	214%	4.7
専門・事例３日コース（第４回）	11月	3日間	相模原	70人	112人	160%	4.8
専門・事例３日コース	1月	3日間	相模原	70人	80人	114%	4.7

（第５回）							
専門・事例３日コース（第６回）	２月	３日間	相模原	70 人	100 人	143%	4.4
専門・事例３日コース（第７回）	３月	３日間	相模原	70 人	134 人	191%	4.9
専門２日コース（第１回）	４月	２日間	相模原	70 人	96 人	137%	4.8
専門２日コース（第２回）	５月	２日間	相模原	70 人	124 人	177%	4.7
専門２日コース（第３回）	２月	２日間	相模原	70 人	120 人	171%	4.8
相談カード作成セミナー（第１回）	６月	３日間	相模原	40 人	42 人	105%	4.8
相談カード作成セミナー（第２回）	７月	３日間	相模原	40 人	37 人	93%	4.9

※合計募集人数：８８０人
※合計実受講者数：１，３６１人
※平均参加割合：１５５％
※アンケート調査結果平均：４．８

各講座の開催概要は以下のとおり。

①消費生活相談員養成講座

○第１期は理論コースとして「経済社会の現状と消費生活」「消費者の権利と消費者政策」「消費生活相談に必要な法律と制度」「商品・サービスの知識と相談対応」について平成１９年７月に３週間にわたり実施した。

○第２期は実践コースとして、消費生活相談への実践的対応を中心に講義、グループ別討議、全体討議、各地消費生活センターでの実習などを中心に平成１９年８～９月に２週間にわたり実施した。

○平成１９度末までに２，００３人（平成１９年度は４９名）が修了し、現在全国の相談窓口等で活躍している。

②消費生活相談員　専門・事例３日コース

○平成１９年６月に、「消費者契約トラブル」をテーマとして民法、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法を中心に講義、グループ別討議、全体討議を中心に３日間にわたり実施した。

○９月に、「金融商品をめぐる消費者トラブル」をテーマに金融商品・サービスの基礎知識のほか、金融商品取引法、金融商品販売法、保険法改正等の講義、相談事例研究を中心に３日間にわたり実施した。

○１０月には、多重債務問題改善プログラムの決定を受け「多重債務問題への取り組み－相談業務を中心に－」をテーマに講義、相談事例研究を中心に３日間にわたり実施した。

○１１月に、「高齢者の消費生活トラブル」をテーマに高齢者をめぐるクレジット契約の問題点や高齢者の心理を理解するための基礎知識などの講義、相談事例研究を中心に３日間にわたり実施した。

○平成２０年１月に、「製品の安全性」をテーマに民法、製造物責任法、改正消費生活用製品安全法などの講義、グループ別討議、全体討議を中心に３日間にわたり実施した。

○２月に、「住宅・不動産をめぐる消費者トラブル」をテーマに建築関連法の改正、住宅リフォームトラブル、不動産取引等の講義、相談事例研究を中心に３日間にわたり実施した。

○３月に、「クレジットの仕組みと割賦販売法」をテーマに現行法の問題点、クレジット被害の実態等の講義、全体討議を中心に３日間にわたり実施した。

③消費生活相談員　専門２日コース

○平成１９年４月に、「消費者契約トラブル（基礎編）」をテーマに民法、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法を中心に講義、事例解説を中心に２日間にわたり実施した。
○５月に、「金融商品をめぐる消費者トラブル」をテーマに金融商品取引法、金融商品販売法等の講義、相談事例研究を中心に２日間にわたり実施した。
○３月に、「クレジットの仕組みと割賦販売法」をテーマに現行法の問題点、判例の活用等の講義、事例解説を中心に２日間にわたり実施した。

④消費生活相談カード作成セミナー

平成１９年６月には消費者相談支援システムを使用して、７月には東京都相談情報直接入力システムソフトウェアを使用して「消費生活相談カードのパソコン入力技法」について講義と実習を中心に３日間にわたり実施した。

ⅲ. 地方公共団体で消費生活相談業務に従事している行政職員および消費生活相談員を対象とした研修

－年度計画内容－
地方公共団体で消費生活相談業務に従事している行政職員および消費生活相談員を対象とする消費生活相談員移動セミナー（地方都市開催）を２６コース実施する。

◎業務の概要

消費生活相談員移動セミナーは、「公開セミナーと相談基礎２日コース」「相談基礎２日コース」「最新相談情報セミナー」「消費生活専門相談員育成支援セミナー」の４コースで構成されている。

「公開セミナーと相談基礎２日コース」は、地方公共団体と共催で３日間の講座である。初日は、公開講座として、広く一般消費者にカレントな生活問題を理解してもらうことを主眼に、著名な講師の講演を実施し、後の２日間は、消費生活相談員を対象に、消費生活相談を適切かつ迅速に解決するために必要な消費者契約の基礎知識や相談技法の習得を目的とした相談基礎２日コースを実施している。

「相談基礎２日コース」は、地方公共団体と共催で上記の「公開セミナー」を除外し、２日間のみで構成する講座である。消費生活相談員を対象に、消費生活相談を適切かつ迅速に解決するために必要な消費者契約の基礎知識や相談技法の習得を目的として実施している。

「最新相談情報セミナー」は、最新の消費生活相談業務に関する情報をタイムリーに提供する目的で、平成１８年度から新規にスタートさせた講座である。

「消費生活専門相談員育成支援セミナー」は、消費生活相談業務に従事している相談員及び消費生活専門相談員の資格取得を目指す方々を対象としている。本講座により、消費生活専門相談員の質の向上を図るとともに、資格取得を目指す人達が、消費生活相談に適切に対応するために必要な知識及び技法を習得できるよう、（社）全国消費生活相談員協会との共催で実施している。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は計画どおり、下記の２６コースを実施した（地方都市開催２６コース）。

公：公開セミナー　　基：相談基礎２日コース

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果

公開セミナーと相談基礎２日コース（第１回）	平成 19 年 9 月	3 日間	札幌市	公：100 人 基：30 人	公：137 人 基：97 人	137% 323%	公：4.7 基：4.9
公開セミナーと相談基礎２日コース（第２回）	9 月	3 日間	富山県	公：100 人 基：30 人	公：297 人 基：48 人	297% 160%	公：4.7 基：4.8
公開セミナーと相談基礎２日コース（第３回）	10 月	3 日間	鳥取県	公：100 人 基：30 人	公：160 人 基：40 人	160% 133%	公：4.6 基：4.7
公開セミナーと相談基礎２日コース（第４回）	11 月	3 日間	山口県	公：100 人 基：30 人	公：150 人 基：43 人	150% 143%	公：4.7 基：4.8
相談基礎 2 日コース（第１回）	7 月	2 日間	愛知県	30 人	73 人	243%	4.8
相談基礎 2 日コース（第２回）	7 月	2 日間	愛媛県	30 人	53 人	177%	4.7
相談基礎 2 日コース（第３回）	7 月	2 日間	京都府	30 人	53 人	177%	4.8
相談基礎 2 日コース（第４回）	7 月	2 日間	秋田県	30 人	39 人	130%	4.9
相談基礎 2 日コース（第５回）	8 月	2 日間	大阪府	30 人	75 人	250%	4.7
相談基礎 2 日コース（第６回）	9 月	2 日間	長野県	30 人	54 人	180%	4.7
相談基礎２日コース（第７回）	10 月	2 日間	広島県	30 人	33 人	110%	4.8
相談基礎 2 日コース（第８回）	10 月	2 日間	石川県	30 人	31 人	103%	4.7
相談基礎 2 日コース（第９回）	11 月	2 日間	岡山県	30 人	40 人	133%	4.6
相談基礎 2 日コース（第 10 回）	11 月	2 日間	和歌山県	30 人	46 人	153%	4.4
最新相談情報セミナー（第１回）	6 月	1 日間	群馬県	30 人	38 人	127%	4.6
最新相談情報セミナー（第２回）	7 月	1 日間	宮城県	30 人	44 人	147%	4.9
最新相談情報セミナー（第３回）	10 月	1 日間	熊本県	30 人	44 人	147%	4.9
最新相談情報セミナー（第４回）	10 月	1 日間	静岡県	30 人	51 人	170%	4.7
最新相談情報セミナー（第５回）	10 月	1 日間	青森県	30 人	29 人	97%	5.0
最新相談情報セミナー（第６回）	11 月	1 日間	香川県	30 人	31 人	103%	4.7
最新相談情報セミナー（第７回）	11 月	1 日間	岩手県	30 人	42 人	140%	4.9
最新相談情報セミナー（第８回）	11 月	1 日間	福岡市	30 人	56 人	187%	4.4
最新相談情報セミナー（第９回）	12 月	1 日間	福井県	30 人	33 人	110%	4.5
消費生活専門相談員育成支援セミナー（第１回）	6～7 月	4 日間	富山県	40 人	39 人	98%	4.8
消費生活専門相談員育成支援セミナー（第２回）	6～7 月	4 日間	仙台市	40 人	39 人	98%	4.9
消費生活専門相談員育成支援セミナー（第３回）	7 月	3 日間	福岡市	40 人	93 人	233%	4.8

※地方都市開催数：２６回（１００．０％）
※「公開セミナー」合計募集人数：４００人（1日あたり１００人）
合計実受講者数：７４４人（1日平均１８６人）
※平均参加割合：１８６％
アンケート調査結果平均：４．７
※　「相談基礎２日コース」
合計募集人数：４２０人
合計実受講者数：７２５人（1回平均５１．７８人）
※平均参加割合：１７３％
アンケート調査結果平均：４．７
※「最新相談情報セミナー」
合計募集人数：２７０人
合計実受講者数：３６８人（1回平均４０．８８人）
※平均参加割合：１３６％
アンケート調査結果平均：４．７
※「消費生活専門相談員育成支援セミナー」
合計募集人数：１２０人
合計実受講者数：１７１人（1回平均５７人）
※平均参加割合：１４３％
アンケート調査結果平均：４．８

※実受講者数が募集人数を上回った会場については、２人掛けの座席を３人掛けとしたほか、机と椅子を増設して対応。

各講座の開催概要は以下のとおり。

①公開セミナーと相談基礎２日コース（地方公共団体と共催）

３日間のうち、1日間を公開セミナーとして以下のテーマで実施したほか、相談基礎２日コースは、共通テーマを「消費生活相談業務に必要な法律知識」として民法（契約）・消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法を中心としつつ、共催地方公共団体の希望する内容も取り入れ、講義と意見交換を中心に実施した。

第１回（於　札幌市）
○公開セミナー：テーマ「消費者被害をなくすために」
○相談基礎２日コース：民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法

第２回（於　富山県）
○公開セミナー：テーマ【基調講演】「消費者問題の現状と法的対応策」【パネルディスカッション】「高齢者を悪質商法から守るために」
○相談基礎２日コース：民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法、多重債務に関わる法律知識

第３回（於　鳥取県）
○公開セミナー：テーマ「消費者トラブルはもうたくさん！」
○相談基礎２日コース：民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法

第４回（於　山口県）
○公開セミナー：テーマ「安全・安心な暮らしのために−消費者の信頼を確保するためには−」
○相談基礎２日コース：民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法

②相談基礎２日コース（地方公共団体と共催）

共通テーマを「消費生活相談業務に必要な法律知識」として民法（契約）、

消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法を中心としつつ、共催地方公共団体の希望する内容も取り入れ、講義と意見交換を中心に実施した。

第１回（於　愛知県）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法
第２回（於　愛媛県）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法
第３回（於　京都府）
〇全国消費生活情報ネットワークシステムの概要、消費生活相談カードの作成・分類方法、キーワードの付与方法、消費生活相談カード作成実習と解説
第４回（於　秋田県）
〇民法（契約）・消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法、多重債務に関わる法律知識
第５回（於　大阪府）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法、多重債務に関わる法律知識
第６回（於　長野県）
〇「多重債務相談への取り組み」（貸金業法改正の概要、債務整理の手続と実際、地方公共団体の取り組み状況の報告）
第７回（於　広島県）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法
第８回（於　石川県）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法
第９回（於　岡山県）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、多重債務に関わる法律知識
第１０回（於　和歌山県）
〇民法（契約）、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法

③最新相談情報セミナー（地方公共団体と共催）
最新の消費生活相談業務に関連する情報を提供することを目的に、以下の内容で実施した。

第１回（於　群馬県）　〇消費生活相談に必要な金融の基礎知識
第２回（於　宮城県）　〇貸金業法改正の概要について
第３回（於　熊本県）　〇多重債務問題の解決にむけて
第４回（於　静岡県）　〇金融商品に係わる相談の基礎知識
第５回（於　青森県）　〇クレジット相談に必要な法律知識
第６回（於　香川県）　〇多重債務問題の解決にむけて
第７回（於　岩手県）　〇多重債務問題の解決にむけて
第８回（於　福岡市）　〇金融商品をめぐるトラブルについて－金融商品取引法と金融商品販売法の活用を中心に－
第９回（於　福井県）　〇金融商品に係わる相談の基礎知識

④消費生活専門相談員育成支援セミナー（（社）全国消費生活相談員協会と共催）
第１回（於　富山県）
〇「消費者行政と消費生活相談員の役割」「消費生活相談員に必要な法律知識（民法、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法）」「小論文の書き方」「経済・金融の基礎知識」
第２回（於　仙台市）
〇「資格取得者の体験談」「消費者行政と消費生活相談員の役割」「小

論文作成の基礎」「消費生活相談員に必要な法律知識（民法、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法）」

第３回（於　福岡市）

○「消費者行政の変遷と消費生活相談員の役割」「消費生活相談員に必要な法律知識（民法、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法）」「日本経済の現状と多重債務問題」「試験対策、参考図書紹介」「小論文講座」

ⅳ．企業の消費者対応部門職員等を対象とした研修

－年度計画内容－ 企業の消費者対応部門の職員等を対象とする研修を４コース実施する。

◎業務の概要

消費者問題の真の解決を図るためには、企業が消費者志向を持って積極的に問題に取り組む必要がある。このため、当センターは、昭和５４年度から企業の消費者対応部門職員等を対象とした研修を実施している。昭和５８年度からは、経営者にも消費者志向の理念を理解してもらうことが消費者問題の解決にとって重要であるとの考えから「消費者問題・企業トップセミナー」を実施している。本セミナーは、回を重ねる毎に受講する取締役・役員の方々が増え、企業の間に定着してきている。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は計画どおり、下記の４コースを実施した。

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果
トップセミナー	平成 20 年 2 月	1 日間	東京	150 人	211 人	141%	4.7
2 日コース	11 月	2 日間	相模原	50 人	49 人	98%	4.6
1 日コース（第 1 回）	6 月	1 日間	東京	50 人	115 人	230%	4.6
1 日コース（第 2 回）	10 月	1 日間	東京	50 人	77 人	154%	4.5

※合計募集人数：３００人

※合計実受講者数：４５２人

※平均参加割合：１５０％

※アンケート調査結果平均：４．６

各講座の開催概要は以下のとおり。

①消費者問題・企業トップセミナー

平成１９年度は、度重なる食品表示偽装事件などの企業不祥事への反省と再発防止を促すため、テーマを「改めて問われる企業倫理」として実施した。前半の講演では、最近の主な企業不祥事を例に「企業における信用の大切さ」と「信頼を構築するための内部統制システムやリスク管理体制こそが、企業トップを守る」ことを指摘した。

後半は、『消費者からの信頼構築に向けて−最近の事例を教訓に−』と題してパネルディスカッションを実施した。「『コンプライアンス＝法令遵守』ではなく、法令自体のあり方を考え、使いこなさなければならない」という提言に加え「企業不祥事を生む構図」「マスコミ報道との関係性」等について様々な立場から熱心な議論が展開された。

②企業研修２日コース

前半は「顧客満足志向とマーケティング戦略」「改正消費生活用製品安全法の概要、後半は「消費者苦情を組織でどう活かすか」をテーマとして講義や報告、グループ別討議、全体討議などにより実施した。

③企業研修１日コース

第１回は「消費者政策をめぐる最近の動向」「企業の社会的責任−説明責任を中心に−」「信頼と安全の確保に向けて−不二家問題を中心に−」の講義を中心に実施した。第２回は「消費者政策をめぐる最近の動向」「あらためて企業のコンプライアンス問う」「信頼回復への思いに駆られて−お客様センターの取り組み−」の講義を中心に実施した。

ｖ．学生及び小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修

－年度計画内容－
学生及び小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修を２コース実施する。

◎業務の概要

次の時代を担う子どもたちへの消費者教育は非常に重要であり、当センターとしても関係機関と連携しつつ重点的に取り組んでいる。

消費者教育学生セミナーは、日本消費者教育学会と共催で大学・大学院で消費者教育を学ぶ学生を対象に、消費者教育の現状と課題に関する講座を実施している。日本消費者教育学会所属の講師が指導に当たり、ゼミ形式の講座も取り入れている。

また、平成１５年度から(財)消費者教育支援センターとともに、小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修を行い、指導案の作成など実践的な講座を実施している。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は計画どおり、下記の２コースを実施した。

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果
消費者教育学生セミナー	平成 19 年 9 月	2 日間	名古屋	40 人	48 人	120%	4.6
教員を対象とした消費者教育セミナー	平成 20 年 3 月	3 日間	相模原	30 人	28 人	93%	5.0

※地方都市開催数：１回（５０．０％）
※合計募集人数：７０人
※合計実受講者数：７６人
※平均参加割合：１０９％
※アンケート調査結果平均：４．８

各講座の開催概要は以下のとおり。

①消費者教育学生セミナー（日本消費者教育学会との共催）

「企業の消費者対応」「消費生活相談の実際」「模擬授業」「消費者教育に関する提言などを基調講演、体験講義、ワークショップにより実施した。

②教員を対象とした消費者教育セミナー（後援：(財)消費者教育支援センター）

「若者をめぐる消費者トラブルの実態」「製品安全・表示に関する知識」「消費者教育における商品テストの活用」「教材・指導案の作成」などを講義、演習、実演、報告、グループ別指導案作成、発表・講評により実施した。

ⅵ．地域における消費者活動推進者を対象とした研修

－年度計画内容－
地域における消費者活動推進者（消費者活動に関心のある消費者及び行政職員、消費生活相談員等）を対象とした研修を１コース実施する。

◎業務の概要
地域交流セミナーは、地域において消費者活動に取り組んでいる方や消費者問題に関心のある方を対象に、消費者の自立支援や消費者の利益の確保を図るための知識を習得することを目的として、平成１８年度から新規に開設した講座である。

◎年度計画実施状況
平成１９年度は計画どおり、下記の１コースを実施した。

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果
地域交流セミナー	平成 20 年 3 月	1 日間	横浜	30 人	57 人	190%	4.8

講座の開催概要は以下のとおり。
「高齢者の消費者被害の防止」「高齢者の消費者被害の実情と被害救済の取り組み」「悪質商法から消費者を守る効果的活動」などを講義、報告、実演、討議により実施した。

ⅶ．相模原市との共催による公開講座

－年度計画内容－
相模原市と共催で、一般市民、一般消費者、行政職員、消費生活相談員等を対象とした公開講座を１コース実施する。

◎業務の概要
当センター相模原事務所所在地の神奈川県相模原市と共催で公開講座を実施している。

◎年度計画実施状況

平成１９年度は計画どおり、下記の１コースを実施した。

講座名	実施時期	期間	場所	募集人数	受講者数	参加割合	アンケート調査結果
市民セミナー	平成 20 年 2 月	1 日間	相模原	30 人	90 人	300%	4.7

講座の開催概要は以下のとおり：
「第１０回くらしを考えるつどい相模原」の一環として「安心して食べたい－あなたの食卓　大丈夫？－」をテーマに講演を実施した。

ⅷ．研修等の受講者に対するアンケート調査

－年度計画内容－
研修コース毎に受講者に対するアンケート調査を実施し、その結果を研修内容等の充実に活用するとともに、受講者から５段階評価で平均４以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要

当センターでは、各講座終了後、次回の講座を企画する際の参考とするため、発足当初から受講者へアンケート調査を行っている。アンケートでは、講座の内容が有意義だったかどうかを主な調査対象としてきた。

その後、平成１５年１０月の独立行政法人への移行に際し、アンケート調査を５段階評価に統一し、主な調査対象を受講者の満足度に変更した。回収率の向上を図るため、開講・閉講時にアンケート記入・提出を促すほか、受講者への「受講案内」にもアンケート協力依頼を記載し、周知を図っている。

◎年度計画実施状況

平成１８年度に実施した受講生に対するアンケート調査を通じ、各研修や研修施設等についての意見が寄せられた。寄せられた意見の内容を検討後、平成１９年度において、研修充実のための対応を行った。主な対応内容は下表の通り。

講座名	平成１８年度 アンケート記載事項	平成１９年度における 対応状況
消費生活行政職員 研修・職員講座	「『消費生活相談に必要な法律知識』の時間をもっと確保して欲しい」	前半・後半の２部構成として必要な時間を確保した。
消費生活相談員研修 専門・事例３日コース	「グループ別事例討議の時間は、講義や全員での討議に充てた方が有効に使えると思う」	コースによっては、全体討議の中で相談事例を討議したほか、意見交換の時間に充てる等の改善を図った。
消費生活相談員 養成講座	「修了試験の日程が早い方が、第２期の講義や事例研究に集中できる」	修了試験の日程を１日早めることで、精神的にゆとりある内容にして対応した。
企業職員研修	「開催期間３日間は長すぎて集中力が維持できない。もっと短時間でポイントだけ講義するよう、組み直せるのではないか」	開催期間を２日とし、講義、グループ別討議、報告、全体討議を中心にポイントを絞ることで対応した。

平成１９年度に実施した５４コースのうち、全てのコースで５段階の満足度評価４．０以上を得た。

各研修・講座の受講者数、アンケート回答者数、満足度（５段階評価）、回収率等については、別添資料２２を参照。

研修の効果について

研修実施後に、受講者派遣元に研修効果等について意見聴取をしたところ、以下のような回答が寄せられた。

・相談員となって日の浅い者や市町村の相談員で、研修を受ける機会の少ない者にとって、今回の研修は実際に相談を受けるうえで、参考となるものでした。県内を始めとして、多くの相談員が全国区の講師の講義を受けることが

でき、当県での講座開催に感謝しています。
・新規採用相談員に対し、十分な研修（特にカード作成）ができない現状にあるので、大変有意義だった。
・地方では特商法・割販法などに精通した専門家の講義を、多数の相談員が受講できる機会は少なく、国民生活センター（相模原市）で受けられるのは、県内ではごく少数である。今回の研修により、多くの相談員が専門的・実践的な知識を習得できた。
・市・町の相談担当者は、研修の機会があまり与えられていないので、国民生活センターの研修を地元で受講できたという点で、大いに効果があった。
・消費者行政は、啓発・相談を含め、国セン以外では有用な研修事業が実施されていないので、今後とも是非継続して取り組んでいただきたい。
・当センターの職員（相談員含む）は、国セン主催の研修会への出席意欲が非常に高く、当地での開催は、職員の要望にも応えられ、また、出席できたことによるモラルの向上が、効果的な業務の推進を支えている。
・研修参加者は、定例の相談員会議で概要や要点の報告をしており、研修の再確認と他相談員との情報共有に役立っている。
・研修に参加して広域的な情報収集、交換がされるようになった。
・日頃の実務の基礎理論や考え方、知識の再確認ができ、また、最新の知識が得られ、相談業務のレベルアップに役立っている。
・新しい情報・知識をセンターに持ち帰ることができ、相談業務をより適切・迅速に解決することができた。
・紹介された事例・判例、講師の実体験などが、業務で参考になっている。
・他センターの相談員とあっせんの仕方等について情報交換することができ、相談業務に役立っている。
・受講したテーマについては、相談に当たっても自信を持って対応でき、他の相談員へも助言や指導ができるようになっている。
・専門講師による講座の受講は、知識の習得、他県の状況を知るとともに受講生の刺激となり、活性化、レベルアップにつながる。
・初任者（啓発等担当者）は、啓発講座の展開や啓発資料作成時に応用力が発揮できる。
・行政経験が長い職員には、消費者行政の必要性を理解するまでには時間や考え方の転換を求められるが、研修会に出席することにより消費者行政への理解が深められ、消費者行政の推進に積極的に関わろうとする姿勢が顕著に現れる。
・相談員研修は時代の要請に応じた講座が開催されており、研修会の資料を含め、報告・復命が相談業務の財産としてストックされ、相談処理に有用に活用している。
・消費者被害関連訴訟など、各地で提訴された内容や判決等の新しい情報が入手できるため、事業者交渉には不可欠な情報として活用している。
・弁護士相談など、消費者を交えて専門家のアドバイスを受ける際、相談員の実力も問われるが、各種テーマの研修に相談員を出席させることで相談員が自信を持って専門家と対峙することができる。事業者交渉においても同様。
・次年度以降も、現在の研修事業は後退することなく実施されたい。

2）消費生活専門相談員資格の審査及び認定

－年度計画内容－
　消費生活専門相談員の能力・資質の向上等を図るための資格認定試験について、各地の地理的条件に配慮した人材供給を確保していくという観点から、全国１５ヶ所以上で実施する。

◎業務の概要
　消費生活専門相談員資格認定制度は、国・地方公共団体等が行う消費生活

相談業務に携わる相談員の資格を認定する制度である。本制度は内閣総理大臣を長とする消費者保護会議（平成２年、第２３回）において相談業務に関わる公的資格制度として創設が決定され、平成３年度から実施してきたものである。

近年、相談内容の高度化、複雑化に伴い相談員の能力・資質の向上が課題とされており、大都市以外の各地においては相談員の人材確保が難しい状況となっている。このような現状に対応するため、人材を広く発掘することが急務となり、資格認定試験制度が創設されることとなった。

本資格は、消費生活相談に応じるための一定水準以上の知識と能力を持ち合わせていることを当センターの理事長が認定した者に与えられるものである。認定にあたっては、筆記試験と論文審査（第１次試験）、面接（第２次試験）を実施し、合否判定を行っている。

◎年度計画実施状況

消費生活専門相談員資格認定試験の第１次試験会場は、各地の地理的条件に配慮しつつ人材供給を確保していくという観点から、目標１５ヶ所を上回る、全国１６ヶ所の会場で実施した。

第１次試験（筆記）の開催地の内訳は、大都市（三大都市圏）６ヶ所※１、地方都市１０ヶ所※２で、地方都市における開催割合は６２．５％となった。

※１：東京都、神奈川県、愛知県、石川県、大阪府、兵庫県
※２：北海道、岩手県、宮城県、広島県、徳島県、高知県、福岡県、長崎県、鹿児島県、沖縄県

第１次試験合格者に対し、第２次試験（面接）を平成１９年１１月に全国５ヶ所で実施した。

第１次及び第２次試験の結果を踏まえ、平成２０年１月、消費生活専門相談員資格認定者として１５９人を認定した。都道府県別認定者は、別添資料２３を参照。

資格認定試験のリーフレットや受験要領を全国の消費生活センターの他、新たに受験対策講座を実施する全国消費生活相談員協会や生涯学習センター等の団体に配布するとともに、地方公共団体の広報誌や新聞、資格試験の専門誌等に資格試験の記事掲載を依頼し掲載された。

引き続き、国民生活センターホームページ上に受験申込書をダウンロードできるページを設け、受験希望者の利便性の向上を図った。

平成１９年度の受験申込者数は７５４人であった（前年度は８６９人）。

（６）商品テスト

消費者は日々の生活を営むにあたり、様々な商品やサービスを利用している。特に商品については、従来のものに加え、新しい技術を盛り込んだもの、コストダウンのために国外で生産されたものなどが数多くなってきている。このような商品は利便性や経済性において貢献する一方で、消費者が想像もしないようなことが起こる危険性も秘めている。このような時代背景の中、当センターの商品テスト事業はその重要性を益々高めており、中期計画において原因究明テストの実施と問題提起型テストの実施を掲げている。それぞれの達成目標は以下の通りである。

１）原因究明テスト

ⅰ．拡大損害を伴う製品関連事故等の原因究明を通じて被害の救済・未然防止・再発防止に資するため、原因究明テストを実施
ⅱ．テスト技術の向上及びテスト期間の短縮により、毎年度のテスト実施件数を、平成１４年度の４１件に比べて１０％以上増加させる
ⅲ．地方センターが実施する原因究明テストに対して、技術的な協力を行う

２）問題提起型テスト

ｉ．人の生命・身体などに関わる事故や苦情等の内容が国民生活に重大な影響を及ぼす案件について問題提起型テストを年１２件以上実施

ⅱ．結果を迅速に公表

ⅲ．テストの課題設定及び成果は、外部有識者による評価を実施し、その結果を業務に反映

平成１９年度においては、上記中期計画を踏まえた年度計画に基づく業務を実施し、以下の成果を挙げた。

１）原因究明テスト

ｉ．昨今の高度化された商品をテストするための研鑽等に努めた結果、テスト期間は平成１８年度の８５日に対し、６６日となった。

ⅱ．食品、家電品、車両・乗り物など生活の中で使用される様々なカテゴリーの商品について、計５３件の原因究明テストを実施し、商品関連事故等を伴う苦情相談処理に寄与した。

ⅲ．各地の消費生活センターにおける商品テスト業務の支援と活性化を目的とした「全国商品テスト企画会議」を開催するとともに、テスト担当者間のテスト技術情報交換の場として「ＩＴ会議室・テスト職員掲示板」を運用した。また、「商品テスト技術・評価研究会」を開催し、テスト手法や評価方法などについて各地消費生活センターの商品テスト担当者の理解を深め、各地消費生活センターにおける商品テストの向上を図った。

２）問題提起型テスト

ｉ．食品、化学品、家電品、車両・乗り物に加え、通信販売の補聴器等や電動リクライニングベッドなど、様々なカテゴリーの商品について計１５件の問題提起型テストを実施し、その結果から、行政や業界への要望及び情報提供を行った。各要望については、商品本体の表示の改善、所管官庁による措置や指導、業界団体内での問題点の周知徹底などの対応がなされ、商品による事故等の未然防止に貢献した。

ⅱ．テスト結果については、報道機関等並びに当センター運営のホームページやテレビ番組、各種定期刊行物を通じて広く提供した。これにより、消費者が各種商品を購入する際に確認すべき事項や、使用時の注意等の知識を得る機会を増やし、商品関連事故の未然防止に貢献した。

ⅲ．テストの課題設定及びテスト結果に対する評価については、「商品テスト分析・評価委員会」での検討結果を積極的に活用し、結果公表のための資料とりまとめ等に反映させると同時に、今後実施するであろう同種のテストについてのノウハウ蓄積を行い、商品テストの更なる充実に繋げた。

１）原因究明テスト

ｉ．テスト技術向上のための研鑽とテスト期間短縮

－年度計画内容－ テスト技術向上のための研鑽を図り、テスト期間の短縮を行う。

◎業務の概要

各地消費生活センターから寄せられる様々な原因究明テストを実施するにあたり、専門家や専門機関の訓練、研修を受け、新たな専門的知識・技術を修得する等、テスト技術向上のための研鑽を図るとともに、業務の効率化によりテスト期間の短縮を行う。

◎年度計画実施状況

「熱分解装置ガスクロマトグラフィーによる分析」では熱分解ガスクロマトグラフィーやパージ＆トラップ法による最先端の分析技術に関して日本分析工業（株）の研修を受けたほか、「放射線量の測定方法」について、大妻女子大学の専門的な指導を受けた。また、技術的、専門的知識習得のため「食品の安全確保」等の講習会受講や「プラスチック射出成型時の空洞発生メカニズム」について専門家の指導を受けるなどして、テスト着手から完了までの期間短縮を図った結果、平成１８年度の平均８５日に対し、１９年度では平均６６日となった。

（主な技術の研鑽）（研修参加等一覧は別添資料２４を参照）
①放射線量の測定方法
②食品の安全確保
③ベビーカーの折りたたみ機構の危険性評価手法について
④Ｘ線ＣＴによる内部構造観察技法
⑤子供の遊具設置面の転落衝撃評価法について
⑥プラスチック射出成型時の空洞発生メカニズム
⑦ALR シートベルトの首巻き事故について
⑧熱分解装置ガスクロマトグラフィーによる分析
⑨特別用途食品のあり方に関する検討会
⑩補聴器製造販売業者等におけるコンプライアンスと企業倫理

「Ｘ線ＣＴによる内部構造観察技法」や「熱分解装置ガスクロマトグラフィーによる分析」の受講は、「アルカリ乾電池から液漏れ」「歯固めの異臭」などの原因究明や測定・分析に役立った。また、効率的に業務を行うため問題提起型テストにも利用した。

ⅱ．原因究明テスト実施件数

－年度計画内容－
テスト実施件数は、年度内で４５件以上とする。

◎業務の概要
当センターまたは各地消費生活センター等で受付けた製品関連事故等の原因究明を通じて被害の救済・未然防止・再発防止に資するため、原因究明テストを実施する。

◎年度計画実施状況
平成１９年度においては、目標の４５件を上回る５３件の原因究明テストを実施した（テストの概要は別添資料２５を参照）。
主なテスト内容は以下の通り。

	テスト内容		テスト内容
1	炭酸飲料を飲み粘膜浮腫	28	繊維入りマスカラで眼の痛み
2	電気湯沸かしポットのスイッチから発煙	29	ヘナ配合の白髪染めで痛み
3	ティーポットが破損し指に怪我	30	かみそりのプラスチックが破損し怪我
4	天然漆塗装が疑われた塗箸	31	温浴効果をうたった岩石の放射線量
5	保冷ジョッキから漏れた保冷液の安全性	32	通話不能の携帯電話機
6	熱湯を入れた冷水筒が破損し大腿部等にやけど	33	充電不能の携帯電話機

7	五徳上で滑りやすい天ぷら鍋	34	通話不能の携帯電話機
8	両手鍋の片手が折損	35	通話不良の携帯電話機
9	土鍋から鉛が溶出	36	液晶画面が映らない携帯電話機
10	土鍋から黒い液	37	充電不能の携帯電話機
11	土鍋から黒い液	38	ルームランナーのモーターから火花
12	バーナーを付けたガスボンベが爆発しやけど	39	グリップから抜け飛んだバドミントンラケット
13	銀イオン除菌の水洗トイレ用芳香洗浄剤の銀濃度	40	振動運動ベルトでやけど
14	除湿乾燥機から発煙	41	振動運動ベルトで低温やけど
15	シルク 100%が疑われた布団	42	液体入り歯固めの強い塩素臭
16	電動リクライニングベッドで幼児が首を挟まれ窒息死	43	強い臭いの樹脂製動物玩具
17	電源コードの差込口から発煙	44	ディスクに傷が付くゲーム機
18	テーブルタップから発煙	45	注入式ガスライターの炎で顔に大やけど
19	脚立の支柱が曲がり転落・怪我	46	犬用キャリーバッグからの異臭
20	三脚脚立の支柱が曲がり転落し怪我	47	小型自動車のブレーキが利かず事故で怪我
21	破損したガリレオ温度計の液体で化学やけど	48	駐車中の小型自動車から出火
22	玩具のアルカリ乾電池から液漏れ	49	普通自動車のブレーキが利かず衝突し骨折
23	ラジオのアルカリ乾電池が破裂	50	電動自転車のグリップが外れて転倒し怪我
24	懐中電灯のアルカリ乾電池が液漏れしやけど	51	自転車の前かごステーの折損し怪我
25	耳かけ型アラームのボタン電池が破裂	52	折りたたみ自転車のペダル折損で足の小指を骨折
26	自転車用ライトのアルカリ乾電池が破裂し顔に傷	53	セラミック活水装置取り付けによる水道水の悪臭
27	コンドームの破損		

なお、原因究明テスト結果に基づいて、各地消費生活センターで苦情相談の解決を図った。このほか、「テーブルタップから発煙」については記者公表を行った。「銀イオンで除菌をうたった水洗トイレ用芳香洗浄剤」、「シルク100%が疑われた布団」については公正取引委員会から排除命令が出された。「折りたたみ自転車」については販社が自社ホームページでペダルの無償配布を広報、「スイッチから発煙した電気湯沸かしポット」について、事業者が長年使用による注意情報を自社ホームページに掲載した。このように行政による問題のあった商品への指導等が実施された。

ⅲ．全国商品テスト企画会議及び商品テスト技術・評価研究会の実施

－年度計画内容－
全国商品テスト企画会議及び商品テスト技術・評価研究会を実施し、全国のテスト担当技術者の技術の向上と効率化を図るとともに、原因究明に必要なテスト方法等の技術相談に対して助言などを行う。

◎業務の概要

①全国商品テスト企画会議
商品テストの効率化、技術向上のための議題について、全国の消費生活センターを４グループに分けて討議を行い、全国のセンターが一同に会した会議を開催する。

②商品テスト技術・評価研究会
商品テストのための技術及び評価について、各地消費生活センターのテスト担当者が集まって、多角的な検討を行い、消費生活センター等で行う商品テスト技術の向上を図る。

◎年度計画実施状況

①全国商品テスト企画会議
各地消費生活センターのテスト担当職員を対象に、「今後の苦情処理テストについて」「相談処理に役立つ商品テストのテーマ」「商品テストの外部委託、外部機関との協力について」などを議題として、グループ別討議及び全体会議を実施した（平成１９年１１月１６日　相模原事務所）。２９機関から３０人が参加した。各地消費生活センターにおける苦情処理テストでは、技術職員の不足や機器の老巧化､相談者に対するテスト結果の説明が難しいなどの問題が出され、活発な意見交換がなされた。また、商品テストのテーマについては、効能･効果をうたった商品や中国製品等の輸入品などのテストが相談処理には必要との意見が出された。外部委託、外部機関との協力については、外部化の基準がないこと、また、規格・基準が定められていないテストは試験方法を決めることが難しいこと､外部化による職員のスキル低下の懸念等の様々な意見が出され、業務に活用された。

②商品テスト技術・評価研究会
日常的に使われている製品であり、種類や事故も多い「家庭内で使用されるガラス製品」をテーマに、テスト担当者等を対象に実施した（平成１９年１１月１５日　相模原事務所）。参加したのは２５機関から２５人であった。最初に家庭内で使用されるガラス製品の種類や特徴、破損原因などについて基調講演を聴講し、ガラス製品に関する知識と理解を深めた。また、消費生活センターより、「ほ乳瓶の破損事故」「強化ガラスの鍋ぶたが突然割れた」などの演題でテスト実施事例が発表された後、専門家を交えた質疑・応答を行うとともに、表示に関する規格の問題点や破損原因の詳細についても活発な討議が行われた。今回の研究会を通じて、ガラスの破損原因や評価方法などの理解を深めることにより、各地消費生活センターで実施するガラス製品事故の原因究明に貢献した。

③テスト方法等の技術相談に対する助言
各地消費生活センターに対して原因究明に必要なテスト技術等の助言や資料の提供を行うとともに、商品テスト報告書を作成して提供した。また、ＩＴ会議室・テスト職員掲示板を使って商品テスト情報を提供するとともに、商品テスト機関リストを運用した。

平成１９年度における主な技術相談事例は以下の通り。
〇高麗人参の分析
〇餅に含まれたうるち米の分析
〇やかん内側の付着物の分析
〇食器洗い乾燥機の洗浄テスト
〇FF 式石油ファンヒーターの排気測定
〇外壁用光触媒によるチョーキング現象
〇はさみの柄の強度試験
〇水道水中の鉛と鉄の分析
〇クリーニングによるワイシャツの破れ
〇ヘナ白髪染めの酸化染料の分析

２）問題提起型テスト

ｉ．問題提起型テスト実施件数

－年度計画内容－ テスト実施件数は、年度内で１２件以上とする。

◎業務の概要
当センターや各地消費生活センターが受付けた苦情相談等の中から、人の生命・身体などに関わる事故や苦情等の内容が国民生活に重大な影響を及ぼす案件につき、問題提起を行うテストを実施し、消費者に商品の購入や使用に関する情報を提供する。また、テストした結果、商品に安全や品質、表示などの問題があれば業界に改善を要望するとともに、行政へは規格、基準の見直し及び法令違反が疑われるものについて指導等を要望する。

◎年度計画実施状況
１９年度においては、目標の１２件を上回る１５件の問題提起型テストを実施した（テストの概要は別添資料２６を参照)。
主なテスト内容は以下の通り。

	テーマ
1	電動３・４輪車の安全性
2	踏み台の安全性
3	スチーム式吸入器によるやけどに注意！
4	酸化染料を含むヘナ白髪染め －未承認で販売されているものについて－
5	耐熱性の低いガラス製ティーポットの破損に注意！
6	ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーによる事故防止のために －消費者への警告と行政・業界への要望－
7	通信販売の補聴器等の安全性や補聴効果 －販売サービスに関する調査も含めて－
8	電子レンジ用ゆで卵調理器具の使い方に注意！ －使い方によっては卵が破裂する可能性も－
9	石油ファンヒーターによる室内空気汚染
10	折りたたみ自転車の安全性

11	高カカオをうたったチョコレート
12	電動リクライニングベッドの安全性
13	ガステーブル等のグリルからの出火に注意！
14	折りたたみ式ベビーカーの安全性 ～折りたたみ可動部分の安全の考え方を中心に～
15	1万円以下の絹（シルク）100%表示のふとん

消費者には商品の購入や使用上の注意などアドバイスを行うとともに、業界に対しては商品の安全性や品質・機能、表示等の改善を要望した。

また、行政には規格、基準の見直し及び法令違反が疑われるものについて指導等を要望した。テスト品目ごとの主な要望内容と、それに対する業界や行政の対応等は以下の通り。

1. 電動３・４輪車の安全性

公表日：平成 19 年 4 月 5 日

要望等：最高速度と車体の大きさが道路交通法の基準を越えていたものがあったので、早急な対策を業界へ要望するとともに、行政へも改善指導を要望した。また、安全装備の拡充や誤操作の少ない操作系の開発、他の交通から確認されやすいポール等のオプション装備や反射材の装備を業界へ要望した。さらに、定期的な安全講習の徹底を要望した。（平成 19 年 4 月）。

効果等：電動車いす安全普及協会より、道路交通法の基準を超えていたものについては、最優先で是正対策に取り組んでいる旨の回答があった。また、安全性を高める装備の拡充や機構の開発等とともに高齢者交通安全講習会等の場を活用して啓発活動に取り組む旨の回答があった（平成 19 年 4 月）。

2. 踏み台の安全性

公表日：平成 19 年 5 月 9 日

要望等：業界に対し、支柱端部の曲げ試験で変形が大きいものなどは、基準適合品の強度と同等以上の品質を確保するよう、また、天板端部に荷重が集中したときの変形や幼児の手指挟みのなどの危険について、より安全性に配慮した製品作りを行うよう要望した（平成 19 年 5 月）。

3. スチーム式吸入器によるやけどに注意！

公表日：平成 19 年 5 月 9 日

要望等：業界に対し、本体が傾いたり揺れても湯が噴き出したり流出しないよう、またスチームの温度が高いものは安全なスチーム温度への改善とともに、本体に絵表示などわかりやすい注意表示をするよう要望した。また、行政に対し、やけどなどの事故を未然に防止するため、安全性等に関する規格・基準作りの検討を要望した（平成 19 年 5 月）。

4. 酸化染料を含むヘナ白髪染め－未承認で販売されているものについて－

公表日：平成 19 年 6 月 6 日

要望等：頭髪を染める商品として流通しているヘナ製品の中に、アレルギーの原因となる p-フェニレンジアミン等の医薬部外品としての承認が必要な酸化染料を含むものがあり、薬事法に抵触する商品であると考えられたため、監視、指導の徹底を要望した。また、「人毛かつら用」や「雑貨品」として販売されている商品にも、頭髪に使用すると受け取れる表示がみられたため、監視、指導の徹底を要望した（平成 19 年 6 月）。

効果等：厚生労働省は都道府県、および工業会に対して、薬事法未承認で販売されているものに酸化染料を含むものがあり健康被害が発生しているため取り締まりの徹底を図る連絡をした（平成 19 年 6 月）。

5. 耐熱性の低いガラス製ティーポットの破損に注意！

公表日：平成 19 年 6 月 6 日

要望等：ソーダガラス製のティーポットは、耐熱温度差 120℃以上の性能がなく、また、耐熱ガラスのものに比べて薄く、手洗い中に力が加わると割れやすいため、業界に対して熱湯を入れるガラス製器具には耐熱ガラスを使用するよう要望するとともに、行政に対して業界への指導を要望した。また、「耐熱ガラス、耐熱温度差 120℃」と表示されていてもそのような組成や性能を有していないものがあったので、事業者に対して表示や商品の改善を要望するとともに、行政に対しても業界への改善指導を要望した（平成 19 年 6 月）。

効果等： 2 事業者は、HP などで製品の自主回収を行う旨の告知をした（平成 19 年 6 月）。

6. ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーによる事故防止のために

公表日：平成 19 年 7 月 5 日

要望等：業界に対し、死亡事故が再発している現状を深刻に受け止め、事故防止のため安全対策に早急に取り組むよう要望した。また、行政に対して、ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーの安全性を検討の上、販売規制も含めた事故防止策の検討を要望するとともに、業界に対して一層の指導をするよう要望した（平成 19 年 7 月）。

効果等：農林水産省より、こんにゃく入りゼリーの製造・販売の実態や販売時等における窒息事故防止対策に関する調査結果とともに、50 商品の物性や注意表示に関する調査結果が公表された。物性の測定結果については、国民生活センターのテスト結果との比較もされた（平成 19 年 8 月）。全日本菓子協会は事故対策として、一口タイプのこんにゃく入りゼリーは、子供及び高齢者には不適な食品であることが一目でわかる警告表示（マーク）を包装袋表面に、注意事項及び緊急時の対処法を裏面に記載することとした（平成 19 年 9 月）。死亡事故を起こした商品は回収された。

7. 通信販売の補聴器等の安全性や補聴効果
－販売サービスに関する調査も含めて－

公表日：平成 19 年 9 月 6 日

要望等：行政に対し、良好なフィッティングサービスが受けられるよう、一定水準以上の技術者の育成強化や、販売管理者に対してフィッティングに関する研修を盛り込む等の業界指導を要望した。また、補聴器の出力最大音や補聴効果等の規格基準の設定を要望するとともに、難聴者が集音器を使用することのないよう業界指導の徹底を要望した（平成 19 年 9 月）。

効果等：厚生労働省は、フィッティング技能者の育成、補聴器の安全な取り扱い、フィッティングサービスの重要性の啓発などの推進について、補聴器販売店協会等に通知した（平成 19 年 10 月）。日本補聴器販売店協会は、適正販売の推進活動対策を打ち出すとともに、補聴器出荷時の出力最大音や補聴効果に関する基準を運用開始する旨を会員各社へ周知徹底した（平成 19 年 12 月）。

8. 電子レンジ用ゆで卵調理器具の使い方に注意！
―使い方によっては卵が破裂する可能性も―

公表日：平成 19 年 9 月 6 日

要望等：事業者に対し、消費者が誤った使い方をすると卵が破裂しやけどする可能性があることから、商品本体への注意表示や水位線を分かりやすくするなどの商品改善を要望した（平成 19 年 9 月）。

効果等：1 社より製品本体への注意表示等の改善を行う旨の回答があった（平成 19 年 9 月）。

9. 石油ファンヒーターによる室内空気汚染

公表日：平成 19 年 10 月 5 日

要望等：業界に対して石油ファンヒーターから発生する窒素酸化物と揮発性有機化合物の低減化を要望した。また、行政に対し、石油ファンヒーターから発生する窒素酸化物と揮発性有機化合物を低減化させるために業界への改善指導を要望した（平成 19 年 10 月）。

10. 折りたたみ自転車の安全性―日常的な使われ方での安全性―

公表日：平成 19 年 10 月 5 日

要望等：業界に対し、折りたたみ部を固定するクイックレリーズのレバーが容易に解除されないよう適正に調整するなどの品質管理の徹底を要望した。また、折りたたみ式のペダルの強度不足と前ブレーキの急制動を改善するとともに、ランプやリフレクタの装備の充実、折りたたみ部の点検や操作方法等の分かりやすい表示を要望した。また、行政に対し、クイックレリーズ・レバーの解除力や折りたたみ式ペダルの強度、前ブレーキの制動力についての規定を要望した（平成 19 年 10 月）。

効果等：（社）自転車協会から、「自転車安全基準」に要望事項を盛り込むとともに、会員各社に対して一層の品質管理を要望した旨の回答があった（平成 19 年 11 月）。なお、JIS 改正は現在審議中である。

11. 高カカオをうたったチョコレート

公表日：平成 20 年 2 月 6 日

要望等：業界に対し、製品の適切な品質管理を要望した。また、高カカオチョコレートにテオブロミンやカフェイン量を表示するよう、カカオ豆の原産地表示についてやや紛らわしい表現があるため、改善するよう検討を要望した。また、行政に対し、今後も品質管理等が適切に実施されるよう、業界への指導を要望した。また、チョコレートについても早期にカドミウム量の基準等の必要性が検討されるよう要望した（平成 20 年 2 月）

12. 電動リクライニングベッドの安全性

公表日：平成 20 年 2 月 6 日

要望等：業界に対し、事故の再発防止のため、より挟み込み力を小さくするための改善及び、より安全性に配慮した製品の製造・販売を行うよう要望した。行政に対し、事故の再発防止のため、業界に対し、より安全な製品への改善指導を要望した（平成 20 年 2 月）。

効果等：経済産業省は、消費生活用製品安全法第 35 条第 1 項の規程にもとづき報告のあった重大製品事故として事故品販売業者が輸入した電動ベッドについて公表した（平成 20 年 2 月）。また、事故品販売業者から、窒息死亡事故があった商品と同シリーズ商品の使用者に対し、ホームページでの注意喚起とともにリモコンの無償交換とベッドの改修の告知をする旨の回答があった（平成 20 年 2 月）。

13. ガステーブル等のグリル火災に注意！

公表日：平成 20 年 2 月 21 日

要望等：業界に対し、グリルの手入れを怠ったり、調理中にその場を離れたりすると、グリル火災の危険性があることを消費者に周知すること、グリルへの自働消火機能などの安全装置の全面的導入についての検討を要望した（平成 20 年 2 月）。

効果等：（社）日本ガス石油機器工業会は、ガスコンロの安全使用に関する啓発資料を作成し消費者団体や消防関係に配布すること、平成 20 年 4 月の生産分から自主的にコンロバーナー全口に調理油過熱防止装置、立ち消え安全装置、消し忘れ消火機能、早防止装置、グリルに消し忘れ消火機能を搭載する旨公表した（平成 20 年 2 月）。

14. 折りたたみ式ベビーカーの安全性
～折りたたみ可動部分の安全の考え方を中心に～
公表日：平成 20 年 3 月 6 日
要望等：業界に対し、「折りたたみ可動部分に手指が入らない」、「完全に閉じない」、「万が一挟んでも手指に局所的に大きな力が加わらない」などの工夫をして、折りたたみ可動部分の安全性をより高めるよう、また、使用中に不意にベビーカーが折りたたまれることがないようロック機能を改善するよう要望した。そのほか、使用者が手指を挟む可能性のある部分をひと目でわかるよう注意表示をするよう、また、注意喚起の徹底、早急な業界自主基準の作成を要望した（平成 20 年 3 月）。

効果等：全国ベビー＆シルバー用品連合会は、折りたたみ可動部分の安全性を高めるため、製品安全協会と協議の上、幼児の安全の確保に向け改善を進めていくこと、また、業界自主基準の作成について、業界メーカーと協議して具体的な検討をする旨の回答があった（平成 20 年 3 月）。

15. 1 万円以下の絹（シルク）100％表示のふとん
公表日：平成 19 年 3 月 6 日
要望等：業界に対し、詰物（中綿）の絹の混用率が低く表示に問題があるので、正しい表示を行うよう改善を要望した。また、絹 100％表示をしているにも関らず、家庭用品品質表示法の繊維製品品質表示規程の許容範囲を超えて絹の割合が少ないものがあり、家庭用品品質表示法に抵触のおそれがあったほか、誤認される表示と思われるため、行政に対し業界への指導を要望した（平成 20 年 3 月）。

効果等：経済産業省は問題があった 2 商品に関して家庭用品品質表示法等によって指示・指導をおこなった（平成 20 年 4 月）。また当該事業者は購入者に告知し、代金引き替えに回収あるいは、販売を中止した（平成 20 年 3 月）。

ⅱ．テスト結果の提供

－年度計画内容－ テスト結果を、報道機関、ホームページ、テレビ番組、「たしかな目」、「国民生活」などを通じて迅速に情報提供する。

◎業務の概要

国民生活の安定及び向上に寄与するため、また、消費者被害の未然防止、拡大防止のため、テスト結果を記者説明会で新聞・テレビなどの報道機関に公表するとともに、当センターが提供するホームページ、テレビ番組、「たしかな目」、「国民生活」などを通じて迅速に情報提供している。

◎年度計画実施状況

テスト結果は、記者説明会を通じて公表すると同時にホームページにも掲

載した。
　テレビ番組や月刊誌「たしかな目」などにも、テスト内容を一般消費者にわかりやすく加工して、速やかに情報提供した。
　平成１９年度に実施したテストの結果は、新聞、テレビ等で迅速かつ幅広く情報提供された。

　各媒体を通じての情報提供実績は以下の通り。
　①報道機関（新聞・テレビ等）による情報提供：１２６件
　　※新聞：７６件、テレビ：５０件
　②雑誌・広報媒体等：４件
　③当センターによる情報提供：５２件
　　※たしかな目：１５件、テレビ番組「ご存知ですか」：８件、
　　　ホームページ：１５件、国民生活：１４件

ⅲ．テストの課題設定及び成果に対する評価

－年度計画内容－ 　テストの課題設定及び成果については、商品テスト分析・評価委員会の評価を受け、その結果を業務に反映させる。

◎業務の概要
　テストの課題設定及び成果については、商品テスト分析・評価委員会を実施し、その結果を業務に反映させる。

◎年度計画実施状況
　食品、化学品、家電・住生活品、車両関連等各専門分野の学識経験者を委員とする商品テスト分析・評価委員会を２４回開催して評価を受け、商品テストデザイン及びテスト結果に反映させると同時に、今後実施するであろう同種のテストについてのノウハウ蓄積を行い、テスト業務の充実に繋げた（委員名簿については別添資料２７を、委員会及び分科会実施状況については別添資料２８を参照）。

（主な助言とテストデザイン及びテスト結果等への反映）
①「踏み台の安全性」のテスト結果について、幼児の手指はさみの安全対策を業界に要望しているが、家庭で子どもが触ることは十分考えられることから法律的な問題はないとのアドバイスを受け、業界への要望に反映させた。

②「スチーム式吸入器によるやけどに注意！」のテスト結果について、蒸気を吸入する安全な温度は50℃前後なら７分前後までであるが、時間と距離によってやけどの危険性が変わるため、57℃の蒸気では「やけどの危険性が高い」ぐらいの表現に留めておいたほうが良いとのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

③「耐熱性の低いガラス製ティーポットの破損に注意！」のテスト結果について、耐熱性を謳っていないソーダガラス（通常のコップ、水差し等）の厚さも記載して、耐熱性のないものは、耐熱性のあるものに比べかなり薄いことを記載した方がよいとのアドバイスを受け、ソーダガラスの厚さを加筆するなど報告書に反映させた。

④平成 19 年度に実施するテストの課題について、「輸入者は警告表示する程度の意識であり、信頼性の乏しい商品が売られている」「非常な低価格で販売している商品のテストが必要」「調理器具での発火事故」「効能・効果や品

質、環境などに関するテストも必要」「業界のテストとは違い、消費者の意見などを反映したテストをすべき」などの意見を受け、品目の選定やテストデザインに反映させた。

⑤「通信販売の補聴器等の安全性や補聴効果」のテスト結果について、難聴者の区分は、ＷＨＯの区分も併記した方がよいほか、最大音圧の評価は125dB（デシベル）で良いと思う。また、電池の消耗は実際に使用したときの結果も併記した方が良いなどのアドバイスを受け、報告書に反映した。

⑥「電子レンジ用ゆで卵調理器具の使い方に注意！」のテスト結果について、マイクロ波の波長は約12cmと長いので､蒸気孔から入る確率はきわめて低く、ふたの勘合部から入る可能性の方が高いという指摘を受け､報告書を修正した。また、実施した試験に偏りがあり、特定の電子レンジで恣意的に試験をしたと思われるので、偏りがないように試験を追加した方がよいなどの指摘を受け、追加試験を行い報告書に反映させた。

⑦石油ファンヒーターによる室内空気汚染
設定温度が高いとVOCは減少し､NOxが増えており､結果が理にかなっている。少なくとも数時間使用することを考えると、評価基準は短期暴露の指針値ではなく、大気環境基準(長期間暴露値)を使うとよい。他機関のデータよりNOxは高めだが、このくらいのデータでもおかしくない、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑧「折りたたみ自転車の安全性」のテスト結果について、ドラム試験機を使用した耐久テストは、段差や各部に加わる荷重が通常と異なることに留意する必要がある。また、Vブレーキは小径車の自転車ほど危険と思われるので、問題の大きさをもっと書いた方がよい、などの指摘を受け、報告書に反映させた。

⑨「高カカオをうたったチョコレート」のテスト結果について、最も重要なテスト結果は脂質量やエネルギー量のほかテオブロミンやカフェインの身体作用のある成分である。身体作用については摂取量が関係するが、100gの摂取を前提とするのは多すぎるのかもしれない。カドミウムとアフラトキシンに関する毒性等の記述は、誤認されないように表現に注意をする必要がある、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑩「乗用車の視界を検証する」のテストデザインについて、前方視界のテストは、異なる色のランプを左右のアイポイントに置き、影の重なった部分を死角としたらどうかと言うアドバイスを受け､テスト手法に取り入れた。また、プライバラシーガラスは、網膜が弱くなる高齢者にとっては非常に見えづらくなると指摘を受け、モニターテストは高齢者でも実施することとした。

⑪「電動リクライニングベッドの安全性」のテスト結果について、テスト対象商品の選択には公平性が担保されている必要があり選択した理由を明確に説明できなければならない。また、同じ製造元の製品を複数の通販会社が輸入・販売している可能性があるのであればその旨の記載が必要、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑫「ガステーブル等のグリル火災に注意!」について、グリル火災は受け皿の手入れが悪く、長時間調理したときなどに発生することに重点を置いて記述した方が良い。また、タイマー機能や過熱防止装置が付いていれば絶対に火事は起こらないとは言い切れないので、これらの安全装置は火災防止に効果的である程度の記述にすべき、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑬「折りたたみ式ベビーカーの安全性」のテストデザインについて、手指挟みの実態をアンケート調査した方がよい、また、模擬指の変形量のみでは危害内容までは指摘できないとのアドバイスを受け、テストの実施に反映した。テスト結果については、指を挟む可能性がある部位の危険度はわからないので、単にそのような部位の数が多いから危険と受けとられないように注意が必要である。また、安全性は、可能な限り商品の構造等で対策すべきであり、対策ができないところは消費者側が注意するという考え方が本来的である、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑭「１万円以下の絹（シルク）100%表示のふとん」のテスト結果について、　真綿や野蚕等の表示についての問題提起は、定義や必要要件が明確でなく、蚕の種類を確定する試験はない、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑮「住宅用分電盤のトラブルに注意！」のテスト結果について、中性線欠相保護付漏電遮断器を取り付けてあれば事故を防止できることから、テスト結果の中でも中性線欠相保護付漏電遮断器であれば欠相が起きても瞬時に電気を遮断して機器を保護することができる旨の記述をすべき、などのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

⑯「携帯電話機の水濡れによる不具合」のテスト結果について、加速試験のためテスト条件が厳しいものとなっているが、消費者に対するアンケート結果を根拠に、消費者が実際に使用したときの状況を反映したテストであることを記述した方がよい。また、業界への要望先は通信事業者とメーカーの関係を考えると通信事業者団体にした方がよい、などのアドバイスを受け報告書に反映させた。

（７）調査研究

調査研究に関する中期計画は以下の通りである。

１）国民生活の動向、消費生活に関する諸問題の中から消費生活に重大な影響を及ぼす問題について、ＰＩＯ－ＮＥＴなどセンターの収集した情報などを用いて調査研究を行い、国・地方の消費者政策の企画立案に資する。
２）調査研究結果について、広く国民の理解を促進する。
３）調査研究の課題設定及び成果については、外部有識者による評価を実施し、その結果を業務に反映させる。

平成１９年度においては、「消費生活相談の視点からみた消費者契約法のあり方」「学童保育の実態と課題に関する調査研究」の２テーマについての調査研究結果を取りまとめ、報道機関等並びに当センター運営のホームページやテレビ番組、各種定期刊行物を通じて広く提供した。また、テーマ毎に研究会を設け、問題点等の検討を行った上で提言をまとめ、行政や業界への要望や情報提供を行った。

各々の調査研究結果については、外部の専門家・有識者を委員とする「調査研究業務に関する評価会合」によって評価が行われ、高い評価を得た。評価者からの意見等については、今後の調査研究業務に反映していく。

また、時系列項目と特定項目（高齢期の生活資金準備と金融商品）からなる「第３８回国民生活動向調査」を実施し、高齢期の家計や公的年金、生活資金の準備等に関する意識と実態などについて情報を提供した。

１）各種調査研究

－年度計画内容－
　国民生活の動向、消費生活に関する諸問題の中から消費生活に重大な影響を及ぼす問題について、ＰＩＯ－ＮＥＴなどセンターの収集した情報などを用いて調査研究を行う。

◎業務の概要
　国民生活の安定及び向上に資するため、国民生活や消費者問題の実態などに関する調査研究を通し、問題解決の方策を明らかにするなど、施策等の提言につながる調査研究業務を行っている。

◎年度計画実施状況
　終了した調査研究について、外部の専門家・有識者を委員とする「調査研究業務に関する評価会合」（学識経験者３名）を平成２０年３月に開催した。その会合において、評価対象の調査研究について、調査研究実施者が調査研究の手法、内容、成果等を説明し、その後、評価委員と調査研究実施者による意見交換を行い、それらを踏まえて、評価委員は、評価票に示された評価項目に従って評価を実施した。
　平成１９年度に実施した調査研究のテーマは以下の通り。

1. 「消費生活相談の視点からみた消費者契約法のあり方」
   公表日：平成１９年１１月９日
   （概要）
   　消費者契約法は施行後６年を経過したが、依然として被害回復が困難なケースは多い。そこで、深刻化する消費者被害の救済の方途を探るために、消費生活相談員を対象とした消費者契約法の活用状況等に関する調査等を実施し、その結果、明らかになった問題状況を踏まえて、消費者契約法に関する提言をまとめた。

   （要望、効果等）
   　国民生活センターは消費者契約法のあり方に関する提言について、内閣府国民生活局消費者企画課へ要望書を提出した。
   国民生活審議会（第 20 次）「消費者契約法評価検討委員会」において、本調査研究の中間整理を報告しており、その後の国民生活審議会（第 21 次）の同委員会での検討に寄与している。

2. 「学童保育の実態と課題に関する調査研究」
   公表日：平成２０年２月２１日
   （概要）
   　小学生の放課後の生活の場として注目されている学童保育に関し、消費者の視点から①市区町村対象調査、②学童保育施設対象調査、③契約時の交付書面調査の３種類の調査を実施した。その結果、利用契約、けがや事故への対応、子どもの生活環境等の実態が明らかとなり、安全に安心して利用できるための学童保育サービスのあり方等について５つの提言をまとめた。

   （要望、効果等）
   　国民生活センターは以上の５つの提言について、厚生労働省雇用均等・児童家庭局へ要望書を提出した。
   　調査研究結果の指摘を受け、厚生労働省雇用均等・児童家庭局育成環境課健全育成係より、「放課後児童クラブ（学童保育）の運営に当たっての留意について」の事務連絡（平成２０年２月２８日）都道府県等の児童健全育成担当係へ発出された。

季刊誌「国民生活研究」（消費者問題や生活問題に関する当センター内外の研究

者の研究論文等を掲載している）を６月、９月、１２月、３月に発行した。

２）調査研究結果及び調査研究課題に対する評価

－年度計画内容－ 終了した調査研究や実施予定の調査研究課題について、外部有識者による評価を実施する。

◎業務の概要

調査研究の課題設定及び成果について、外部有識者による評価を実施し、その結果を今後の業務に反映させる。

◎年度計画実施状況

平成１９年度に実施した調査研究２テーマについて、調査研究業績評価会合を設け、次の評価委員３名の評価を受けた。

黒田美亜紀：国士館大学法学部・准教授
平田　厚　：明治大学法科大学院・教授
本城　昇　：埼玉大学経済学部・教授

「調査研究手法の妥当性」「調査研究結果の内容」「研究成果の貢献」の視点から評価が実施され、概ね次のような良好な評価であった。

◇調査研究手法の妥当性

問題点を消費者相談から抽出した手法、全国的に調査を実施した手法ともに適切であるとの評価を受けた。

◇調査研究結果の内容

調査結果は、消費者の視点から問題点と課題を浮き彫りにしており満足できるものである。今後、国民生活センターがこの種の調査研究を精力的に進めることを望むとの評価を受けた。

◇研究成果の貢献

研究成果は、消費者がおかれている状況の改善や消費者問題の啓発に大きく貢献するものであると高い評価を受けた。

◇総合評価

２テーマの総合評価（５段階法）の平均は 4.8 であり、高い評価を得ている。

３人の外部有識者による各調査研究に対する評価については別添資料２９、主なコメントについては、別添資料３０を参照。

３．予算（人件費の見積もりを含む。）、収支計画及び資金計画
別紙１から別紙３の通り。

４．短期借入金の限度額
該当なし。

５．重要な財産の処分等に関する計画
該当なし。

６．剰余金の使途
該当なし。

７．その他内閣府令で定める業務運営に関する事項

（１）施設・設備に関する計画
平成１８年度に着手した東京事務所耐震改修工事（平成１９年度分３２１百万円）を引き続き実施するとともに、国土交通省関東地方整備局と新たに東京事務所電気設備改修工事（１７０百万円）に係る業務について受託契約を締結し、当該工事に着手した。

（２）人事に関する計画

１）方針

－年度計画内容－ 業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努める。

◎業務の概要
業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努めた。

◎年度計画実施状況
業務運営の効率化を図るとともに、各部の人員を見直して配置し、常勤職員数の抑制に努めた。
なお、職員の資質向上と業務の効率化に資するため、「関東地区行政管理評価セミナー」（総務省）、「内部統制研修会」（テンプスタッフラーニング㈱）、「編集技術講座」（日本編集制作会社協会）、「ＣＭＳ導入プロジェクト実践セミナー（ホームページ関連の講座）」（(株)ブレインテック）、「製品安全総点検セミナー」（経済産業省・製品評価技術基盤機構共催）、「微生物検査（基礎）セミナー」（(財)日本食品分析センター）等各種講習会に参加して研鑽を図った。

２）人員に係る指標

－年度計画内容－ 期末の常勤職員は、１２０人以内とする。

◎業務の概要
中期計画の期末職員数を１２０人とするため、当該年度末の職員数においても常勤職員数の抑制に努めた。

◎年度計画実施状況
年度計画では、期末の常勤職員数を１２０人以内とする一方、中期計画では、一般管理費を平成１４年度に対して期末までに１３％削減することを求められている。この削減目標を達成するため、給与水準の引き下げに努めつつ人員の削減

を行うこととし、平成１９年度末の常勤職員数について、１１６人を目途として人員管理を行ってきたところ、年度中に予定外の自己都合退職者２名が出た結果、期末の常勤職員数は１１４名となった。

（3）中期目標期間を超える債務負担

－年度計画内容－ 平成１７年度から平成２３年度までのコンピュータの賃貸借。

◎業務の概要

各地消費生活センターに設置しているＰＩＯ－ＮＥＴ端末機の更新を行い、貸与することとした。

◎年度計画実施状況

国際競争入札による機器の調達を行い４年間のリース契約を締結し、各地消費生活センターに貸与することとした。

－年度計画内容－ 平成１８年度から平成２０年度までの東京事務所耐震改修工事。

◎業務の概要

平成１８年度から３年間で東京事務所の耐震改修工事を行う。

◎年度計画実施状況

平成１８年度に国土交通省関東地方整備局と耐震改修工事に係る業務について受託契約（契約期間平成１８年度から平成２０年度、契約額７８４百万円）を締結し、耐震工事を実施した。

（4）積立金の処分に関する事項

該当なし。

Ⅵ．財務の状況

１．財務諸表の要約

① 貸借対照表

（単位：千円）

資産の部		負債及び資本の部	
科目	金額	科目	金額
流動資産	899,991	流動負債	550,221
現金及び預金	802,895	短期リース債務	171,294
その他	97,095	その他	378,926
固定資産	8,833,049	固定負債	705,440
有形固定資産	8,634,512	資産見返負債	562,529
無形固定資産	504	長期リース債務	142,910
投資その他の資産	198,032	（負債合計）	1,255,661
		資本金	
		政府出資金	9,166,546
		資本剰余金	△1,126,303
		利益剰余金	437,136
		（純資産合計）	8,477,379
（資産合計）	9,733,041	（負債純資産合計）	9,733,041

（注）単位未満を切り捨てているので、合計とは一致しない場合がある。

② 損益計算書

（単位：千円）

区分	金額
経常費用(A)	3,032,552
業務経費	2,306,720
人件費	866,266
減価償却費	216,992
その他	1,223,462
一般管理費	705,002
人件費	433,348
減価償却費	7,454
その他	264,198
財務費用	20,829
経常収益(B)	3,481,860
運営費交付金収益	3,263,478
自己収入	157,368
その他	61,013
臨時損益(C)	△159
当期総利益(B-A+C+D)	449,148

（注）単位未満を切り捨てているので、合計とは一致しない場合がある。

③ キャッシュ・フロー計算書

（単位：千円）

区　　分	金　　額
Ⅰ 業務活動によるキャッシュ・フロー(A)	199,759
人件費支出	△1,269,705
運営費交付金収入	2,803,118
自己収入	155,796
その他収入・支出	△1,489,449
Ⅱ 投資活動によるキャッシュ・フロー(B)	△188,261
Ⅲ 財務活動によるキャッシュ・フロー(C)	△159,680
Ⅳ 資金増加額（又は減少額）(D=A+B+C)	△148,182
Ⅵ 資金期首残高(F)	944,078
Ⅶ 資金期末残高(G=F+E)	795,895

（注）単位未満を切り捨てているので、合計とは一致しない場合がある。

④ 行政サービス実施コスト計算書

（単位：千円）

区　　分	金　　額
Ⅰ 業務費用	2,875,183
損益計算書上の費用	3,032,552
（控除）自己収入等	△157,368
（その他の行政サービス実施コスト）	163,457
Ⅱ 損益外減価償却相当額	133,197
Ⅲ 損益外減損損失相当額	0
Ⅳ 引当外賞与見積額	△1,818
Ⅴ 引当外退職給付増加見積額	△71,283
Ⅵ 機会費用	103,362
Ⅶ （控除）法人税等及び国庫納付額	0
Ⅷ 行政サービス実施コスト	3,038,640

（注）単位未満を切り捨てているので、合計とは一致しない場合がある。

■　財務諸表の科目

①貸借対照表

現金及び預金　：　現金及び預金（通知預金及び定期預金）

有形固定資産　：　土地、建物、機械装置、車両、工具器具備品など独立行政法人が長期にわたって使用または利用する有形の固定資産

無形固定資産　：　有形固定資産、投資有価証券以外の長期資産で、特許権、商標権、著作権など具体的な形態を持たない無形固定資産で、電話加入権が該当

投資その他の資産　：　満期保有目的で保有する有価証券（国債及び商工債）

短期リース債務　：　リース資産のうち貸借対照表日後１年以内に支払の期限が到来するリース債務

資産見返負債　：　運営費交付金等により償却資産を取得した場合に計上する負債で、資産見返運営費交付金、建設仮勘定見返施設費が該当

政府出資金　：　国からの出資金であり、独立行政法人の財産的基礎を構成

資本剰余金　：　国から交付された施設費などを財源として取得した資産で独立行政法人の財産的基礎を構成するもの

利益剰余金　：　独立行政法人の業務に関連して発生した剰余金の累計額

繰越欠損金　：　独立行政法人の業務に関連して発生した欠損金の累計額

②損益計算書

業務費　：　独立行政法人の業務に要した費用

人件費　　　　：　給与、賞与、法定福利費等、独立行政法人の職員等に要する費用
減価償却費　　：　業務に要する固定資産の取得原価をその耐用年数にわたって費用として配分する経費
財務費用　　　：　利息の支払いに要する経費
補助金等収益等：　国からの運営費交付金のうち、当期の収益として認識した収益
自己収入等　　：　図書雑誌出版収入、研修宿泊収入、利子収入などの収益
臨時損益　　　：　固定資産の除却損、貸倒引当金戻入益、等が該当

③キャッシュ・フロー計算書

業務活動によるキャッシュ・フロー：
独立行政法人の通常の業務の実施に係る資金の状態を表し、サービスの提供等による収入、原材料、商品又はサービスの購入による支出、人件費支出等が該当

投資活動によるキャッシュ・フロー：
将来に向けた運営基盤の確立のために行われる投資活動に係る資金の状態を表し、固定資産や有価証券の取得・売却等による収入・支出が該当

財務活動によるキャッシュ・フロー：
増資等による資金の収入・支出、債券の取得及び償還による収入・支出等、などが該当

④行政サービス実施コスト計算書

業務費用：
独立行政法人が実施する行政サービスのコストのうち、独立行政法人の損益計算書に計上される費用

その他の行政サービス実施コスト：
独立行政法人の損益計算書に計上されないが、行政サービスの実施に費やされたと認められるコスト

損益外減価償却相当額：
償却資産のうち、その減価に対応すべき収益の獲得が予定されていないものとして特定された資産の減価償却費相当額（損益計算書には計上していないが、累計額は貸借対照表に記載されている）

損益外減損損失相当額：
独立行政法人が中期計画等で想定した業務を行ったにもかかわらず生じた減損損失相当額（損益計算書には計上していないが、累計額は貸借対照表に記載されている）

引当外賞与見積額：
財源措置が運営費交付金により行われることが明らかな場合の賞与引当金見積額（貸借対照表には計上していないが、仮に引き当てた場合に計上したであろう賞与引当金見積額を貸借対照表に注記している）

引当外退職給付増加見積額：
財源措置が運営費交付金により行われることが明らかな場合の退職給付引当金見積額（損益計算書には計上していないが、仮に引き当てた場合に計上したであろう退職給付引当金見積額を貸借対照表に注記している）

機会費用：
政府出資の純額に国債の利回りを参考にして、計算した機会費用の額が該当

２．財務状況

（１）財務諸表の概況

① 経常費用、経常収益、当期総損益、資産、負債、キャッシュ・フローなどの主要な財務データの経年比較・分析（内容・増減理由）

(経常費用)

平成 19 年度の経常費用は、3,032,552 千円と、前年度比 78,255 千円増（2.6%増）となっている。これは、退職手当が前年度比 110,596 千円増（192.0%増）となったことが主な要因である。

(経常収益)

平成 19 年度の経常収益は、3,481,860 千円と、前年度比 533,847 千円増（18.1%増）となっている。これは、中期目標期間の最後の事業年度にあたることから、「独立行政法人会計基準」第 80 第 3 項の規定に基づき、平成 19 年度末における運営費交付金債務 452,074 千円を精算のため全額収益化したためである。

(当期総損益)

上記経常損益の状況及び臨時利益として、貸倒引当金戻入益 50 千円、臨時損失として、固定資産除却損 290 千円を計上した結果、平成 19 年度の当期総利益は、449,148 千円となっている（前年度総損失は、△6,254 千円である。)。

(資産)

平成 19 年度末現在の資産合計は、9,733,041 千円と、前年度比 268,152 千円減となっている。これは、現金預金が 148,182 千円減（△15.6%減）及びリース資産の減価償却等により有形固定資産が 108,775 千円減(1.2%減)となったことが、主な要因である。

(負債)

平成 19 年度末現在の負債合計は、1,255,661 千円と、前年度比 584,104 千円減となっている。これは、中期目標期間の最後の事業年度にあたることから、「独立行政法人会計基準」第 80 第 3 項の規定に基づき、平成 19 年度末における運営費交付金債務 452,074 千円を精算のため全額収益化したためである。

(業務活動によるキャッシュ・フロー)

平成 19 年度の業務活動によるキャッシュ・フローは、199,759 千円と、前年度比 259,794 千円減（56.5%減）となっている。これは、国からの運営費交付金収入が 168,467 千円減（5.7%減)、自己収入が前年度 82,281 千円減（38.0%減）となったことが主な要因である。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

平成 19 年度の投資活動によるキャッシュ・フローは、188,261 千円と、前年度比 57,689 千円増（44.2%増）となっている。これは、東京事務所の空調設備更新による有形固定資産の取得による支出が前年度比 73,712 千円増（31.0%増）となったことが主な要因である。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

平成 19 年度の財務活動によるキャッシュ・フローは、159,680 千円と、前年度比 46,886 千円増（41.6%増）となっている。これは、リース債務返済のよる支出が増となったことが要因である。

表　主要な財務データの経年比較

（単位：千円）

区　　分	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
経常費用	1,277,222	2,618,869	3,068,157	2,954,296	3,032,552
経常収益	1,277,059	2,618,594	3,062,837	2,948,013	3,481,860
当期総利益（又は当期総損失（△））	△162	△275	△5,320	△6,254	449,148
資産	9,364,598	9,131,236	9,510,880	10,001,193	9,733,041
負債	376,107	494,550	863,461	1,839,765	1,255,661
利益剰余金（又は繰越欠損金（△））	△162	△437	△5,757	△12,012	437,136
業務活動によるキャッシュ･フロー	25,184	118,512	454,854	459,554	199,759
投資活動によるキャッシュ・フロー	24,581	△32,619	△32,632	△130,572	△188,261
財務活動によるキャッシュ・フロー	0	0	△63,236	△112,794	△159,680
資金期末残高	283,011	368,905	727,890	944,078	795,895

（注）1. 平成15年度は、9月から3月の6ヶ月分である。
2. 平成 17 年度は、全国消費生活情報ネットワークシステムの管理・運営に係る経費が内閣府から移管されたことに伴い増額となっている。

② セグメント事業損益の経年比較・分析（内容・増減理由）
（業務区分によるセグメント情報）

情報分析業務の事業損益が前年度比 3,400 千円減（△54.1%減）となったのは、リース資産の債務が減となったためである。

法人共通は、中期目標期間の最後の事業年度にあたることから、「独立行政法人会計基準」第 80 第 3 項の規定に基づき、平成 19 年度末における運営費交付金債務 452,074 千円を精算のため全額収益化したためである。

表　事業損益の経年比較（業務区分によるセグメント情報）

（単位：千円）

区　　分	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
広報交流業務	△162	△245	△56	0	0
相談調査業務	0	0	0	0	0
情報分析業務	0	△29	△5,263	△6,283	△2,883
商品テスト業務	0	0	0	0	0
教育研修業務	0	0	0	0	0
企画調整業務	0	0	0	0	0
法人共通	0	0	0	0	452,191
合計	△162	△275	△5,320	△6,283	449,308

③ セグメント総資産の経年比較・分析（内容・増減理由）

情報分析業務の総資産は、440,629 千円と、前年度比 173,567 千円の減（28.3%減）となっている。これは、平成 19 年度のリース資産の減価償却費が 163,643 千円発生したためである。情報分析業務以外の業務は、減価償却費用によるものである。

表　セグメント総資産の経年比較（業務区分によるセグメント情報）

（単位：千円）

区　　分	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
広報交流業務	57,857	59,142	67,146	56,602	46,914
情報分析業務	6,950	34,605	359,249	614,196	440,629
相談調査業務	8,124	7,730	7,680	5,766	5,708
商品テスト業務	412,569	309,172	229,722	203,828	176,877
教育研修業務	130,913	84,339	18,974	17,056	12,946
企画調整業務	40,991	32,266	20,278	16,734	12,740
法人共通	8,707,190	8,603,978	8,807,827	9,087,009	9,037,223
合　　計	9,364,598	9,131,236	9,510,880	10,001,193	9,733,041

（注）情報分析業務の平成17年度及び平成18年度の資産が増加しているのは、リース資産の取得によるものである。

④　目的積立金の申請、取崩内容等

該当なし。

⑤　行政サービス実施コスト計算書の経年比較・分析（内容・増減理由）

平成19年度の行政サービス実施コストは、3,038,640千円と、前年度比37,781千円減（1.2%減）となっている。これは、退職手当の増加等により業務費用が前年度比128,252千円増（4.7%増）となったが、引当外退職給付増加見積額が前年度比94,918千円減（401.6%減）、損益外減価償却相当額が前年度比35,264千円減（20.9%減）及び機会費用が前年度比32,898千円減（24.1%減）となったことが主な要因である。

表　行政サービス実施コストの経年比較

（単位：千円）

区　　分	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
業務費用	1,129,504	2,398,614	2,863,011	2,746,930	2,875,183
うち損益計算書上の費用	1,277,222	2,618,869	3,068,157	2,954,296	3,032,552
うち自己収入(控除)	△147,718	△220,255	△205,145	△207,365	△157,368
損益外減価償却相当額	177,893	351,529	294,087	168,461	133,197
損益外減損損失相当額	−	−	−	1,134	0
引当外賞与見積額	−	−	−	−	△1,818
引当外退職給付増加見積額	7,600	△78,658	16,064	23,634	△71,283
機会費用	65,131	116,330	150,274	136,260	103,362
(控除)法人税等及び国庫納付金	−	−	−	−	−
行政サービス実施コスト	1,380,129	2,787,815	3,323,437	3,076,422	3,038,640

（注）1. 平成15年度は、9月から3月の6ヶ月分である。

2. 平成17年度は、全国消費生活情報ネットワークシステムの管理・運営に係る経費が内閣府から移管されたことに伴い増額となっている。

（２）施設等投資の状況（重要なもの）

①当事業年度中に完成した主要施設等

該当なし。

②当事業年度において継続中の主要施設等の新設・拡充

東京事務所において耐震改修工事を実施している。

③当事業年度中に処分した主要施設等

該当なし。

（３）予算・決算の概況

（単位：千円）

区分	平成 15 年度		平成 16 年度		平成 17 年度	
	予算	決算	予算	決算	予算	決算
収　入	1,403,879	1,406,145	2,819,830	2,761,759	3,487,557	3,440,039
運営費交付金	1,258,427	1,258,427	2,520,409	2,520,409	3,234,757	3,234,757
事業収入等	128,357	147,718	252,800	220,395	252,800	205,282
その他の収入等	17,095	0	46,621	20,955	―	―
支　出	1,403,879	1,312,409	2,819,830	2,648,183	3,487,557	3,132,614
業務経費	579,382	546,794	1,091,927	981,440	1,684,732	1,617,789
一般管理費	134,854	115,317	263,611	259,284	386,197	236,125
人件費	672,548	650,297	1,438,626	1,407,458	1,416,628	1,278,700
その他の支出	17,095	0	25,666	0	―	―

区分	平成 18 年度		平成 19 年度		
	予算	決算	予算	決算	差額理由
収入	3,333,719	3,286,544	3,546,851	3,083,732	
運営費交付金	2,971,585	2,971,585	2,803,118	2,803,118	
事業収入等	252,800	207,528	252,800	157,546	出版収入の減
施設整備費補助金収入	109,334	107,430	490,933	123,068	
支出	3,333,719	3,211,040	3,546,851	3,200,797	
業務経費	1,702,281	1,609,169	1,541,703	1,440,784	
一般管理費	244,026	288,413	235,021	343,082	17 年度繰越の設備更新
人件費	1,278,078	1,206,027	1,279,194	1,299,614	退職手当の増
施設整備費	109,334	107,430	490,933	117,315	耐震改修工事設計変更による遅延

（注）1. 平成 15 年度は、9 月から 3 月の 6 ヶ月分である。

2. 平成 17 年度は、全国消費生活情報ネットワークシステムの管理・運営に係る経費が内閣府から移管されたこと伴い増額となっている。

（４）経費削減及び効率化目標との関係

当法人は、当中期目標及び中期計画において、①当中期目標期間終了年度における一般管理費（退職手当を除く。）を特殊法人時の最終年度（平成 14 年度）に対して 13%削減、②当中期目標期間終了年度における人件費（退職金、福利厚生費及び給与改善分を除く。）を平成 17 年度に対して 4.8%削減、③業務経費については、毎年度、前年度比 1%の経費の効率化を図る、とした。

上記①の目標を達成するため、建物の総合管理業務の見直し（24,209 千円減）、備品や消耗品の購入の削減（5,745 千円減）並びに採用抑制等による人件費の削減（213,324 千円減）の措置を講じて、削減目標を上回る 15.5%の削減を達成した。上記②の目標を達成するため、常勤職員採用抑制、管理職員の削減等の措置を講じて、削減目標を上回る 4.9%の削減を達成した。上記③の目標を達成するため、電子計算機借料の削減等、業務運営の効率化を図り、平成 17 年度以降、毎年度、

前年度比 1%の経費の効率化を図った。

（単位：千円）

区　分	一般管理費（退職手当を除く。）（基準は平成 14 年度）		業務経費（基準は前年度）		人件費（非常勤監事、法定福利費、退職手当及び給与改善分を除く。）（基準は、平成 17 年度）	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
平成 14 年度	1,616,503	100.0%	－	－	－	－
平成 16 年度	1,460,685	90.4%	1,016,185	100.0%	－	－
平成 17 年度	1,430,667	88.5%	1,588,247	158.7%	1,053,292	100.0%
平成 18 年度	1,385,216	85.6%	1,495,792	94.2%	1,019,254	96.8%
平成 19 年度	1,365,871	84.5%	1,413,015	94.5%	1,002,153	95.1%

３．事業の説明

（１）広報交流業務

広報交流業務は、消費生活に役立つ実用的な情報を提供することを目的に、月刊誌「たしかな目」、「国民生活」及び小冊子「くらしの豆知識」の発行、テレビ番組の提供、ホームページの運営を行っている。

平成 19 年度における経常収益は、運営費交付金収益 340,105 千円、自己収入 67,099 千円、資産見返運営費交付金戻入 2,105 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 156,398 千円、その他業務費用 250,806 千円、減価償却費 2,105 千円となっている。

（２）情報分析業務

情報分析業務は、全国消費生活情報ネットワーク・システムの運営・管理及びこのシステムを通じて収集された情報の分析・提供を行っている。

平成 19 年度における、経常収益は、運営費交付金収益 1,035,286 千円、資産見返運営費交付金戻入 34,015 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 130,646 千円、その他業務費用 743,973 千円、減価償却費 197,566 千円となっている。事業損失は、2,883 千円であり、これはリース資産の会計処理に伴うものである。

（３）相談調査業務

相談調査業務は、消費者からの消費生活、個人情報及び危害情報に関する相談の受付・処理、各地の消費生活センターの相談処理の支援、消費者苦情処理専門委員会の運営及び相談処理を通じた情報提供等並びに生活面の調査の実施を行っている。

平成 19 年度における、経常収益は、運営費交付金収益 306,005 千円、自己収入 2,673 千円、資産見返運営費交付金戻入 1,048 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 211,180 千円、その他業務費用 97,498 千円、減価償却費 1,048 千円となっている。

（４）商品テスト業務

商品テスト業務は、人の生命・身体等に重大な影響を及ぼすような商品について、消費者被害の救済や拡大防止、再発防止のためにテストの実施及び情報提供を行っている。

平成 19 年度における、経常収益は、運営費交付金収益 248,693 千円、自己収入 55 千円、資産見返運営費交付金戻入 14,637 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 180,679 千円、その他業務費用 68,068 千円、減価償却費 14,637 千円となっている。

（５）教育研修業務

教育研修業務は、自治体の消費者行政担当職員や消費生活相談員及び企業の消費者窓口担当者等を対象とした研修並びに消費生活専門相談員資格認定事業を行っている。

平成 19 年度における、経常収益は、運営費交付金収益 150,617 千円、自己収入 37,249 千円、資産見返運営費交付金戻入 1,353 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 126,748 千円、その他業務費用 61,119 千円、減価償却費 1,353 千円となっている。

（６）企画調整業務

企画調整業務は、当センター業務の企画・立案及び消費者団体、事業者団体等との情報交換を行っている。

平成 19 年度における、経常収益は、運営費交付金収益 81,666 千円、自己収入 1,772 千円、資産見返運営費交付金戻入 280 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 60,613 千円、その他業務費用 22,825 千円、減価償却費 280 千円となっている。

（７）法人共通（管理業務）

管理業務は、当センターにおける総務及び経理に関する業務を行っている。

平成 19 年度における、経常収益は、運営費交付金収益 1,135,548 千円、自己収入（事業外収入）14,073 千円、資産見返運営費交付金戻入 7,571 千円となっている。平成 19 年度における経常費用は、人件費 433,348 千円、その他事務所の管理等費用 264,198 千円、減価償却費 7,454 千円となっている。事業利益は、452,191 千円であり、これは、「独立行政法人会計基準」第 80 第 3 項の規定に基づき、平成 19 年度末における運営費交付金債務 452,074 千円を精算のため全額収益化したためである。

－以　上－

平成１９年度の年度計画に沿った予算の計画額及び決算額は以下の通りである。

平成１９年度予算

（単位：百万円）

区　　別	計　画　額	決　算　額	差　　額
収入			
運営費交付金	２，８０３	２，８０３	０
事業収入等	２５３	１５８	９５
施設整備費補助金	４９１	１２３	３６８
計	３，５４７	３，０８４	４６３
支出			
業務経費	１，５４２	１，４１３	１２９
一般管理費	２３５	２３４	１
人件費	１，２７９	１，３００	△２０
施設整備費	４９１	１１７	３７４
計	３，５４７	３，０６４	４８２

（注）各欄積算と合計欄の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

【実績額の説明】

１．収入の「事業収入等」の実績額が計画額に比し９５百万円減少しているのは、図書雑誌出版収入が「たしかな目」の平成１９年度限りでの廃刊等に伴い、定期購読者の減少により９７百万円の減収となったためである。

２．支出の「業務経費」の実績額が計画額に比し減少しているのは、電子計算機のシステムの借料等の削減やその他経費の抑制を図ったことによるものである。

３．支出の「人件費」の実績額が計画額に比し増加しているのは、退職者の増加により退職手当が５５百万円の不足となったためである。

４．収入の「施設整備費補助金」の実績額が計画額に比し３６８百万円減少、支出の「施設整備費」の実績額が計画額に比し３７４百万円減少しているのは、耐震改修工事の設計変更に伴う工事の遅れが発生したためである。

別紙２

平成１９年度の年度計画に沿った収支計画の計画額及び実績額は以下の通りである。

平成１９年度収支計画

（単位：百万円）

区　　別	計　画　額	実　績　額	差　　額
費用の部	３，１５３	３，０３３	１２０
経常費用	３，１５３	３，０３３	１２０
業務経費	１，２７８	１，２１６	６２
一般管理費	３６７	２７２	９４
人件費	１，２７９	１，３００	△２０
財務費用	２１	２１	△０
減価償却費	２０８	２２４	△１６
収益の部	３，４３４	３，４８２	△４８
経常収益	３，４３４	３，４８２	△４８
運営費交付金収益	３，１３６	３，２６３	△１２８
事業収入等	２５３	１５７	９５
資産見返運営費交付金戻入	４６	６１	△１５
経常利益	２８１	４４９	△１６８
臨時利益	－	０	０
臨時損失	－	０	０
目的積立金取崩	０	０	０
当期総利益	２８１	４４９	△１６８

（注）各欄積算と合計欄の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

【実績額の説明】

１．費用の部の「業務経費」の実績額が計画額に比し減少しているのは、経費の抑制によるもののほか、リース資産取得等による有形固定資産の取得があったためである。また、「一般管理費」の実績額が計画額に比し減少しているのは、経費の抑制によるもののほか、有形固定資産の取得があったためである。

２．「人件費」の実績額が計画額に比し増加しているのは、退職手当が増加したためである。

３．収益の部の「運営費交付金収益」の実績額が計画額に比し増加しているのは、中期目標最終年度における運営費交付金債務の精算に伴う収益化額が増加したためである。また、「事業収入等」の実績額が計画額に比し減少しているのは、図書雑誌出版収入の減収によるものである。

４．「経常利益」の実績額が計画額に比し増加しているのは、中期目標最終年度における運営費交付金債務の精算に伴う収益化額が増加したためである。

別紙３

平成１９年度の年度計画に沿った資金計画の計画額及び実績額は以下の通りである。

平成１９年度資金計画

（単位：百万円）

区　　別	計　画　額	実　績　額	差　　額
資金支出	６，８２１	７，３６２	△５４０
業務活動による支出	２，９４０	２，７３８	２０２
投資活動による支出	３，２２７	３，６６１	△４３４
財務活動による支出	１５９	１６０	△１
翌年度への繰越金	４９６	８０３	△３０７
資金収入	６，８２１	７，３６２	△５４０
業務活動による収入	３，０３５	２，９３７	９７
運営費交付金による収入	２，８０３	２，８０３	０
事業収入等	２３１	１３４	９７
投資活動による収入	３，１３７	３，４７３	△３３６
財務活動による収入	０	０	０
前年度からの繰越金	６５０	９５１	△３０１

（注）各欄積算と合計欄の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

【実績額の説明】

１．資金支出の「業務活動による支出」の実績額が計画額に比し減少しているのは、業務経費及び一般管理費の支出の減少とともに、固定資産取得による支出が増加したためである。また、「投資活動による支出」の実績額が計画額に比し増加しているのは、定期預金の預入及び有形固定資産の取得のための支出が多かったためである。

２．資金収入の「事業収入等」の実績額が計画額に比し減少しているのは、図書雑誌出版収入が減少したためである。また、「投資活動による収入」の実績額が計画額に比し増加しているのは、定期預金の払戻による収入が多かったためである。